

РОССИЙСКИЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
«ТЕЛЕСКОП: ЖУРНАЛ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ И МАРКЕТИНГОВЫХ
ИССЛЕДОВАНИЙ»
RUSSIAN ACADEMIC JOURNAL
«TELESKOP: JOURNAL OF SOCIOLOGICAL AND MARKETING
RESEARCH»

ТЕЛЕΣКОП

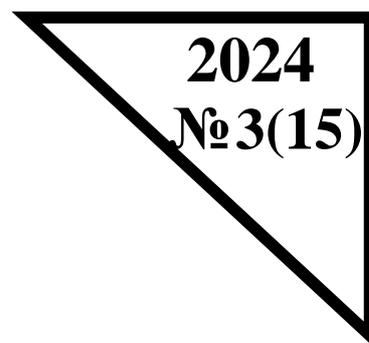
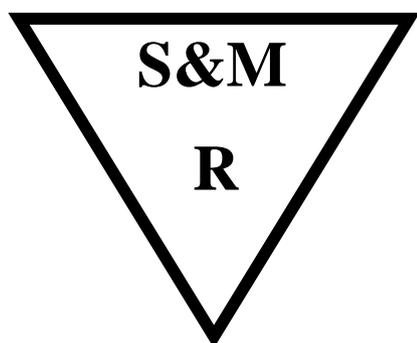


К 75-летнему Юбилею профессора В.К. Потемкина
Экономическая социология и демография
Социология управления
Социология культуры
Социальный маркетинг
Социология медицины
Человекоориентированное управление
Школа молодых исследователей

РОССИЙСКИЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
«ТЕЛЕСКОП: ЖУРНАЛ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ И
МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ»

RUSSIAN ACADEMIC JOURNAL
«TELESCOPE: JOURNAL OF SOCIOLOGICAL AND MARKETING
RESEARCH»

ТЕЛЕΣКОП



К 75-летию Юбилею профессора В.К. Потемкина

Экономическая социология и демография

Социология управления

Социология культуры

Социальный маркетинг

Социология медицины

Человекоориентированное управление

Школа молодых исследователей

РОССИЙСКИЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
«ТЕЛЕСКОП: ЖУРНАЛ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ И МАРКЕТИНГОВЫХ
ИССЛЕДОВАНИЙ»

Редакционная коллегия:

Главный редактор:

В.К. Потемкин

Заместители главного редактора:

Д.В. Вельмисова

С.Г. Михайлов

Члены редакционной коллегии:

Д.П. Гавра

К.С. Дивисенко

П.П. Лисицын

Я.А. Маргулян

А.В. Морозов

А.Г. Филипова

Е.А. Васильева

Н.Н. Покровская

П.П. Дерюгин

Е.В. Желнина

М.В. Певная

Н.И. Гусева

Верстка и дизайн обложки:

С.А. Степанов

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (РОСКОМНАДЗОР) как «Российский научный журнал «Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований»», свидетельство ПИ № ФС 77 – 87049 от 19.03.2024 г.

Учредитель издания:

В.К. Потемкин, Д.В. Вельмисова

Почтовый адрес редакции:

192238, г. Санкт-Петербург, проспект Славы, д. 40, стр. 1, пом. 677.

Издательство: «Инфо-Да»

Российский научный журнал «Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований» получают по адресной рассылке: Администрация Президента РФ и Правительства РФ, Совет Федерации, Государственная Дума, министерства и ведомства РФ, полномочные представители Президента РФ в федеральных округах, главы администрации субъектов РФ, Российская Академия Наук, научные институты, российские и зарубежные ВУЗы, предприятия, организации, учреждения отраслей народного хозяйства, краевые, областные и районные библиотеки.

Журнал выпускается 4 раза в год.

e-mail: telescope-journal@yandex.ru

Редакционный совет:

А.В. Андреевкова, д.с.н, заместитель директора Института сравнительных социальных исследований (ЦЕССИ).

О.Я. Гелих, д.филос.н, профессор каф. управления образованием и кадрового менеджмента Института экономики и управления, Российский государственный педагогический университет имени А.И. Герцена.

И.И. Елисеева, д.э.н., проф., член-кор. РАН, зав. сектором Социологического института РАН.

С.А. Иванов, д.э.н., проф., ведущий научный сотрудник института политических исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

О.В. Калинина, д.э.н., директор Высшей школы производственного менеджмента Санкт-Петербургского государственного Политехнического университета Петра Великого.

И.А. Максимцев, д.э.н., проф., ректор Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

С.Б. Мурашов, д.с.н., проф., ректор Северо-Западного института повышения квалификации Федеральной налоговой службы РФ.

П.А. Хриенко, д.с.н., проф. каф. государственного и муниципального управления Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского», Генеральный директор Фонда социальных инициатив «Крым – Москва».

И.В. Федосеев, д.э.н., проф., декан факультета управления Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

В.А. Симхович, д.с.н., профессор кафедры экономической социологии и психологии предпринимательской деятельности Белорусского государственного экономического университета, главный научный сотрудник отдела экономической социологии Института социологии НАН Беларуси.

З.К. Шаукенова, д.с.н., проф. заслуженный деятель науки Республики Казахстан. Вице-Президент Казахской академии наук. Директор Казахстанского института стратегических исследований при Президенте Республики Казахстан.

А.К. Саакян, д.с.н., профессор Ереванского филиала Российского государственного экономического университета им. Г.В. Плеханова

RUSSIAN ACADEMIC JOURNAL
«TELESCOPE: JOURNAL OF SOCIOLOGICAL AND MARKETING RESEARCH»

Editorial Board:

Editor-in-Chief:

V.K. Potemkin

Deputy editor

D.V. Velmisova

S.G. Mikhailov

Members of the editorial board:

D.P. Gavra

K.S. Divisenko

P.P. Lisitsyn

Ya.A. Margulyan

A.V. Morozov

A.G. Filipova

E.A. Vasilyeva

N.N. Pokrovskaya

P.P. Deryugin

E.V. Zhelnina

M.V. Pevnaya

N.I. Guseva

Layout and cover design:

S.A. Stepanov

The journal is registered by the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology and Mass Media (ROSKOMNADZOR) as «RUSSIAN ACADEMIC JOURNAL «TELESCOPE: JOURNAL OF SOCIOLOGICAL AND MARKETING RESEARCH»», certificate ПИ № ФС 77 – 87049 dtd. 19.03.2024

Founder of publication:

V.K. Potemkin, D.V. Velmisova

Editorial office and publisher address:

192238, St. Petersburg, Glory Avenue, 40, building 1, off. 677.

Publishing house: «Info-Da»

RUSSIAN ACADEMIC JOURNAL «TELESCOPE: sociological and marketing research» is received by direct mail: the Executive Office of the President of the Russian Federation and the Government of the Russian Federation and the Government of the Russian Federation, the Federation Council, the State Duma, ministries and departments of the Russian Federation, plenipotentiaries of the President of the Russian Federation in federal districts, heads of administrations of the constituent entities of the Russian Federation, the Russian Academy of Sciences, scientific institutes, Russian and foreign universities, enterprises, organizations, institutions of sectors of the national economy, regional, regional and district libraries.

The magazine is published 4 times a year.

e-mail: telescope-journal@yandex.ru

Editorial Council:

A.V. Andreenkova, Doctor of Social Sciences, Deputy Director of the Institute of Comparative Social Research (CESSI).

O. Ya. Gelikh, Doctor of Philosophic sciences, Professor, Professor of the Department of Education Management and Personnel Management of the Institute of Economics and Management, Herzen State Pedagogical University of Russia.

I.I. Eliseeva, Doctor of Economics, Professor, Corresponding Member of Russian Academy of Sciences, Head of the Sector of the Sociological Institute of Russian Academy of Sciences.

S.A. Ivanov, Doctor of Economics, Professor, Head of the Laboratory for Study of Socio-Economic and Political Processes of Modern Society, Saint-Petersburg State University.

O.V. Kalinina, Doctor of Economics Director of the Graduate School of Industrial Management, Peter the Great Saint-Petersburg State Polytechnic University.

I.A. Maksimsev, Doctor of Economics, Professor, Rector of Saint-Petersburg State Economic University.

S. B. Murashov, Doctor of Social Sciences, Professor, Rector of the Federal State Institution of Advanced finance Professional Training «North-West Federal Tax Service Training Institute»

P.A. Khrienko, Doctor of Social Sciences, Professor of State and Municipal Administration Department of the V.I. Vernadsky Crimean Federal University, chief executive officer of the Social Initiatives Fund «Crimea – Moscow».

I.V. Fedoseev, Doctor of Economics, Professor, Dean of the Management Faculty, Saint-Petersburg State University of Economics

V.A. Simkhovich, Doctor of Social Sciences, Professor of the Department of Economic Sociology and Psychology of Entrepreneurship of the Belarusian State Economic University, Chief Researcher of the Department of Economic Sociology of the Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Belarus.

Z.K. Shaukenova, Doctor of Social Sciences, prof. Honored Worker of the Republic of Kazakhstan. Vice President of the Kazakh Academy of Sciences. Director of the Kazakhstan Institute for Strategic Studies under the President of the Republic of Kazakhstan.

A.K. Sahakyan, Doctor of Social Sciences, Professor of the Yerevan branch of the Russian State University of Economics named after G.V. Plekhanov

СОДЕРЖАНИЕ

CONTENTS

К 75-летию Юбилею Профессора В.К. Потемкина

On the 75th Anniversary of Professor V.K. Potemkin

Биографическая справка.....	9	Biographical information.....	9
Поздравления от коллег, друзей и учеников....	13	Congratulations from colleagues, friends and students.....	13
Интервью с профессором В.К. Потемкиным....	29	Interview with Professor V.K. Potemkin.....	29

Экономическая социология и демография

Economic Sociology and Demography

<i>Р.К. Тангалычева.</i> Гендерное неравенство и низкий уровень рождаемости в Южной Корее: от традиции к современности	36	<i>R. Tangalycheva.</i> Gender inequality and low birth rate in South Korea: from tradition to modernity.....	36
<i>С.Н. Лихачева.</i> Миграционные установки студенческой молодежи и их влияние на развитие трудовых ресурсов.....	41	<i>S. Likhachova.</i> Migration attitudes of students and their impact on labor resources development....	41
<i>А.А. Ночевнова, Е.В. Потапова.</i> Анализ реализации Программы «Развитие демографической и семейной политики в Тверской области», в рамках национального проекта «Демография».....	47	<i>A. Nochevnova, E. Potapova.</i> Analysis of the implementation of the Program «Development of demographic and family policy in the Tver region», within the framework of the national project «Demography».....	47

Социология управления

Sociology of Management

<i>В.К. Потемкин.</i> Социология как системообразующая наука о развитии человеческих отношений.....	54	<i>V. Potemkin.</i> Sociology as a system-forming science about the development of human relations...	54
<i>В.Н. Саенко.</i> Вопрос сознания в современной социологии управления.....	70	<i>V. Saenko.</i> The issue of consciousness in modern sociology of management.....	70
<i>М.Р. Богатырёва, Е.Е. Марченко.</i> Человеческий капитал сквозь призму мотивации и развития трудовых ресурсов.....	78	<i>M. Bogatyreva, E. Marchenko.</i> Human capital through the prism of motivation and labor resources development.....	78
<i>О.А. Карпенко, Л.В. Левченко.</i> Развитие подвидов группового и коллективного человеческого капитала.....	83	<i>O. Karpenko, L. Levchenko.</i> Development of subtypes of group and collective human capital.....	83
<i>М.С. Потемкин.</i> Социальное здоровье как фактор развития человеческого потенциала.....	89	<i>M. Potemkin.</i> Social health as a factor in the development of human potential.....	89
<i>Д.В. Вельмисова.</i> Организационная идентичность в системе управления брендом работодателя.....	95	<i>D. Velmisova.</i> Organizational identity in the employer brand management system.....	95
<i>К.В. Ларионова, Н.Д. Трегубова.</i> Взаимодействие людей с социальными роботами: микросоциологический анализ.....	104	<i>K. Larionova, N. Tregubova.</i> Interaction with social robots: a microsociological analysis.....	104

<i>С.В. Лагунова, Е.А. Гузенко, Д.А. Ярыгина.</i> Результаты пилотажного исследования электоральной активности студентов Северного (Арктического) Федерального университета имени М.В. Ломоносова.....	111	<i>S. Lagunova, E. Guzenko, D. Yarygina.</i> Results of a pilot study of electoral activity among students of the Northern (Arctic) Federal University.....	111
--	-----	---	-----

<i>Д.В. Вельмисова, С.Ю. Латыпова.</i> Ценностное предложение работодателя как инструмент социального развития.....	117	<i>D. Velmisova, S. Latipova.</i> Employer value proposition as a tool for social development.....	117
---	-----	--	-----

Социология культуры

Sociology of Culture

<i>Л.Н. Гончаренко, Э.Б. Авакова, А.А. Кузнецов.</i> Гражданская идентичность, патриотическое воспитание и новая Российская государственная идеология.....	124	<i>L. Goncharenko, E. Avakova, A. Kuznetsov.</i> Civic identity, patriotic education and the new Russian state ideology.....	124
--	-----	--	-----

Социальный маркетинг

Social Marketing

<i>М. К. Измайлов.</i> Социальный маркетинг в сфере высшего образования: конгрессно-выставочная деятельность.....	132	<i>M. Izmaylov.</i> Social marketing in higher education: congress and exhibition activities	132
---	-----	--	-----

<i>Д.А. Карпов.</i> Проблемы конгрессно-выставочной деятельности как фактора развития	138	<i>D. Karpov.</i> Problems of congress and exhibition activity as a factor of development.....	138
---	-----	--	-----

Социология медицины

Sociology of Medicine

<i>И.С. Сальников, С.А. Изосимова, В.Н. Пигуз.</i> Диагностирование и безмедикаментозная саморегуляция психоэмоциональных состояний личности	145	<i>I. Salnikov, S. Izosimova, V. Piguz.</i> Diagnostic technologies and drug-free self-regulation of psychoemotional states of personality	145
--	-----	--	-----

<i>Ю.М. Коблякова.</i> Применение поколенческого подхода в социально-профессиональном взаимодействии с медицинскими кадрами.....	151	<i>Y. Koblyakova.</i> Application of generational theory in social-professional interaction with medical personnel.....	151
--	-----	---	-----

Человекоориентированное управление предприятиями и организациями (материалы научной сессии аспирантов)

Human-oriented Management of Enterprises and Organizations (materials of the scientific session of postgraduate students)

<i>А.О. Попов.</i> Применение социальных технологий в процессе подбора персонала в ИТ-компанию	156	<i>A. Popov.</i> Application of social technologies in the staffing process.....	156
--	-----	--	-----

<i>С.Е. Тибейкин.</i> Использование RPA-технологий как оптимизация социальных коммуникаций в организации.....	164	<i>S. Tibeykin.</i> Using RPA-technologies to optimize social communications in an organization.....	164
---	-----	--	-----

<i>А.А. Шадрин.</i> Рейтинг вуза как социальная технология и инструмент человекоориентированного управления в организации.....	170	<i>A. Shadrin.</i> The university's rating as a social technology and a tool for human-oriented management in an organization.....	170
--	-----	--	-----

<i>Д.А. Багдасарян.</i> Оценка и регулирование последствий внедрения искусственного	180	<i>D. Bagdasaryan.</i> Assessment of negative consequences of the introduction of artificial	180
---	-----	--	-----

интеллекта в деятельность предприятий и организаций.....

intelligence and management of emerging social risks.....

Школа молодых исследователей

School of Young Researchers

А.О. Федоровский. Реализация проекта Smart city Berlin как пример эффективного управления инновационно-привлекательным городом..... 186

A. Fedorovskiy. The implementation of the Smart city Berlin project as an example of effective management of an innovative and attractive city.... 186

К.Е. Ненашева. Китайские бренды бытовой техники на Российском рынке: влияние уровня осведомленности на воспринимаемое качество..... 194

K. Nenasheva. Chinese household appliance brands in the Russian market: impact of awareness on perceived quality)...... 194

Е.В. Андреева. Необходимость развития клиентоориентированности в автомобильном бизнесе..... 201

E. Andreeva. The need to develop customer focus in the automobile business 201

Я.Л. Терехин. Индивидуальный договор - правовое средство преодоления социальных конфликтов в Российской Федерации 206

Ya. Terekhin. Individual contract - a legal means of overcoming social conflicts in the Russian Federation..... 206

К 75-ЛЕТНЕМУ ЮБИЛЕЮ ПРОФЕССОРА В.К. ПОТЕМКИНА



20 сентября исполняется 75 лет профессору Потемкину Валерию Константиновичу – выдающемуся ученому, основателю научной школы, доктору экономических наук, заведующему кафедрой социологии и управления персоналом Санкт-Петербургского государственного экономического университета, заслуженному деятелю науки РФ!

Под руководством Валерия Константиновича в 2021 году журнал приобрел новый статус – Российский научный журнал.

В период с 2021 по 2024 г. кратно возросли показатели эффективности деятельности журнала (данные из системы eLibrary на 13.02.2024 г.):

- двухлетний Импакт-фактор РИНЦ (число цитирований в текущем году статей, опубликованных в журнале за предыдущие два года, поделенное на число этих статей) – с 0,06 до 0,64;
- двухлетний импакт-фактор РИНЦ с учетом цитирования из всех источников – с 0,12 до 1,09;
- число цитирований статей, предыдущих двух лет (число ссылок на статьи в журнале за предыдущие два года из публикаций текущего года) – с 8 до 94;
- число цитирований статей предыдущих 5 лет (суммарное количество ссылок, сделанных в текущем году на статьи в журнале за предыдущие 5 лет) - с 20 до 67;

- возросла активность читательской аудитории - число просмотров статей за год возросло до 8872;
- в рейтинге SCIENCE INDEX по тематике «Социология» журнал занимает 23 позицию из 81.
- по критерию «средний индекс Хирша авторов статей» журнал занимает 24 место из 110.

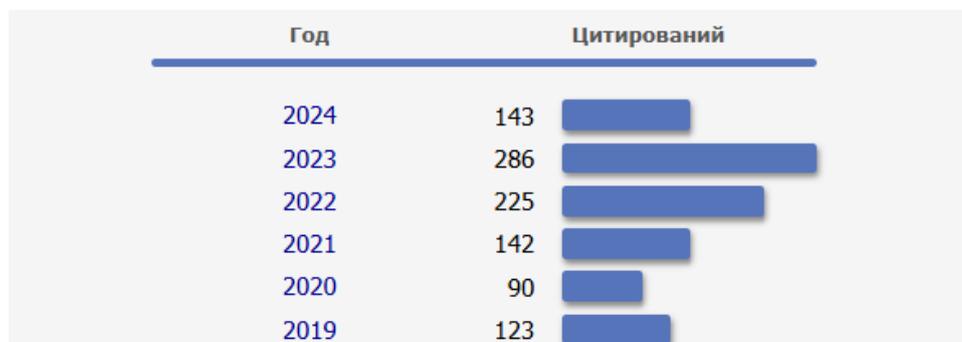


Рисунок 1. Распределение цитирования по годам цитирующих публикаций (по данным системы elibrary.ru на дату 13.02.2024 г.)

На сегодняшний день авторами публикаций в журнале являются представители более 10 научных школ в научно-исследовательских институтах и ВУЗах 52 регионов Российской Федерации - как крупные деятели науки, так и молодые ученые, занимающиеся фундаментальными исследованиями проблематики социокультурного развития общественных отношений, социологии цифрового общества, процессов демографического развития общества, социальной структуры, социальных институтов и процессов, а также других вопросов социологии и маркетинга. В журнале публикуются представители научных и образовательных учреждений:

- Институт сравнительных социальных исследований ЦЕССИ, г. Москва;
- Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург;
- Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва;
- Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург;
- Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики – Санкт-Петербург», г. Санкт-Петербург;
- Кубанский государственный университет, г. Краснодар;
- Югорский государственный университет, г. Ханты-Мансийск;
- Институт проблем искусственного интеллекта, г. Донецк;
- Тверской филиал РАНХиГС, г. Тверь;
- Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина, г. Тамбов;
- Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород;
- Академия ФСИН России, г. Москва;
- BISAM Central Asia, Республика Казахстан и др.

Начиная с 2021 года в журнале введена рубрика Школа молодых исследователей. Как следствие, в журнале публикуются работы студентов, магистров и аспирантов, которые используют современный исследовательский инструментарий, что позволяет в последующем обеспечить их трудоустройство в научных и учебных учреждениях.

Редакционная коллегия и Редакционный Совет Российского научного журнала «Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований» искренне поздравляют Валерия Константиновича с Юбилеем:

Валерий Константинович, мы знаем Вас как преданного делу профессионала, справедливого и твердого в решениях руководителя, вовлеченного и вдохновляющего лидера, надежного коллегу, понимающего, внимательного и мудрого человека. Вы энергичны, неудержимо добиваетесь результатов, увлекаете наукой и объединяете на пути к самым высоким целям многие поколения коллег.

Мы выражаем восхищение Вашей личностью, глубокое уважение и признательность! Желаем Вам реализации новых научных проектов с надежными ценящими коллегами и учениками, для которых Вы являетесь неизменным авторитетом и примером современного руководителя – компетентного, проницательного и человекоориентированного!

БИОГРАФИЧЕСКАЯ СПРАВКА

Валерий Константинович родился в Ленинграде. Он окончил в 1974 году Ленинградский финансово-экономический институт им. Н.А. Вознесенского. В 1981 году защитил в ЛФЭИ им. Н.А. Вознесенского кандидатскую диссертацию, а в 1989 году в Институте экономики АН СССР докторскую диссертацию. С 1991 года профессор по специальности 08.00.05. - экономика, планирование и организация управления народным хозяйством и его отраслями. Указом Президента Российской Федерации З№175739 от 13 марта 2006 года Потемкину В.К. присвоено почетное звание «Заслуженный деятель науки Российской Федерации».

За заслуги в области образования Потемкину В.К. Приказом Минобрнауки России от 2 августа 2010 г. № 721/К-Н присвоено почетное звание «Почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации».

Потемкин В.К. автор более 500 научных трудов, включая 73 монографии и более 60 учебников и учебных пособий, 55 научных статей ВАК РФ.

В 2024 году монография «Корпоративные социальные инновации» (СПб.: Изд-во «Инфо-Да». – 2023. – 418 с.) стала лауреатом IV Всероссийского конкурса монографий «Фундамент науки», проводимого ИД «Директ-Медиа», Библиотека по естественным наукам РАН, Институт научной информации по общественным наукам РАН.

В 2022 году под руководством Потемкина В.К. авторский коллектив кафедры социологии и управления персоналом в рамках сетевого межвузовского сотрудничества между Санкт-Петербургским государственным экономическим университетом, Санкт-Петербургским политехническим университетом Петра Великого и АНО Россия- страна возможностей принял участие в разработке МООК «Сотрудничество: деловая компетенция современного профессионала», направленного на развитие надпрофессиональных компетенций, с последующим размещением курса на образовательной платформе «Открытое образование».

Потемкин В.К. является главным редактором Российского научного журнала «Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований» (ISSN 1994-3776).

Потемкин В.К. является основателем научно-педагогической школы (НПШ) на базе кафедры социологии и управления персоналом Санкт-Петербургского государственного экономического университета, сформированной в рамках научной специальности 5.4.7. – Социология управления, которая с 2013 г. входит в реестр ведущих НПШ г. Санкт-Петербурга.

Потемкин В.К. являлся научным консультантом 19 докторов наук и научным руководителем 96 кандидатов наук.

24 ноября 2017 года Потемкин В.К. награжден Медалью за укрепление авторитета российской науки.

В период с 1966 по 1982 год Потемкин В.К. работал в промышленности, банковской сфере, в научно-технических организациях в должности рабочего, инженера, старшего инженера, начальника отдела технико-экономических исследований, начальника отдела организации труда, заработной платы и рабочих кадров Всесоюзного промышленного объединения, заместителем руководителя предприятия по экономическим вопросам. С 1974 года он совмещал свою профессиональную деятельность с педагогической, работая преподавателем, старшим преподавателем Института повышения квалификации работников Минрадиопрома СССР.

С 1982 по 2001 год Потемкин В.К. старший научный сотрудник, заведующий сектором, заведующий отделом, директор научного центра Института социально-экономических проблем АН СССР и РАН (Института проблем региональной экономики РАН с 1999 года). С 2001 года он заведующий кафедрой социологии и управления персоналом Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Потемкин В.К. в период с 1989 по 1994 год участвовал в работе по созданию и учебно-методическому обеспечению кафедры «Менеджмент и маркетинг» Кабардино-Балкарского государственного университета и кафедры организации производства и предпринимательской деятельности Санкт-Петербургского государственного университета сервиса и экономики.

С 1983 года Потемкин В.К. руководитель программ фундаментальных исследований V тома «Важнейшие экономические проблемы» АН СССР и РАН. Под его руководством и при непосредственном участии проведены комплексные исследования современных проблем общественного развития, имеющие важное народнохозяйственное значение, результаты которых внедрены в деятельности федеральных и региональных органов управления.

В 1983-1990 годах Потемкин В.К. осуществил исследования трудового потенциала населения и разработал концепцию и программу действий по его адаптации к новым условиям хозяйствования, определил принципы и организационно-экономический механизм рационализации социально-трудовых отношений в сфере производственной деятельности, разработал меры по социальной защите социально-уязвимых слоев населения. Проведены социальные измерения трудовой активности различных профессионально-квалификационных групп работников в период становления рыночных отношений и разработаны социально-экономические нормативы, определяющие структуру, содержание и результативность трудовой деятельности, а также обоснованы механизмы социального развития, способствующие активизации воспроизводственных процессов.

В 1990-1991 годах под руководством Потемкина В.К. проведен социально-экономический мониторинг кризисного состояния общественного развития и разработана концепция по преодолению политического, экономического и социального кризиса.

В 1990-1994 годах Потемкин В.К. разработал теоретические основы и практические рекомендации по формированию в Российской Федерации системы социального партнерства, развития социально-трудовых отношений на предприятиях различных форм собственности. В этот же период разработаны научные основы социальной защиты населения, научная интерпретация которых позволила обосновать социальный механизм преобразования российского общества.

В 1991-1995 годах Потемкин В.К. участник разработки концепции развития предпринимательства в России. Коллектив под его руководством обосновал принципы и методы предпринимательской деятельности, разработал теоретические основы бюджетирования в системе внутрифирменного управления, формирования гибких организационных структур межгруппового взаимодействия персонала предприятий и организаций, организационного проектирования инновационной деятельности персонала

малого и среднего бизнеса, разработал рекомендации по социальной ориентации деятельности предпринимательских структур.

В 1995-1999 годах Потемкин В.К., развивая теоретические представления об инвестировании в человеческий капитал, провел исследования по социальной диагностике проблем инвестиционной политики и разработал рекомендации по инвестированию трудового потенциала персонала предприятий и организаций, формированию региональной инвестиционной политики, ее моделированию и оценке эффективности.

Важным этапом научных исследований стало формирование теории использования социальных резервов человека в преобразовании экономического потенциала регионов России. Так, Потемкиным В.К. обоснованы классификационные группы социальных резервов, определены принципы и методы социальных измерений, процедуры оценки и использования социальных резервов в механизме преобразования экономического потенциала региональных образований, а также разработаны модели прогнозирования социальных резервов.

В 1997-1998 годах Потемкин В.К. один из первых в стране обосновал роль и место экономической психологии в системе психологических знаний о человеке, разработал типологию основополагающих признаков экономической психологии, основывающуюся на соединении психологической жизни человека с экономическими обстоятельствами обеспечения его жизнедеятельности и жизнеспособности, определил факторообразующие принципы формирования экономической психологии, среди которых экономическая мотивация, экономическое поведение, психологические реакции на экономические преобразования, экономическая культура, экономическое сознание, экономические ожидания и экономические условия жизнедеятельности человека.

В 1999-2023 годах под руководством и при непосредственном участии Потемкина В.К. разработана теория управления социальными процессами в региональных образованиях. В частности, определены генезис социальных процессов, уточнены основные понятия и группировки, осуществлена операционализация системы управления социальными процессами, определены особенности управления социальными процессами в здравоохранении, образовании, жилищно-коммунальной сфере и сфере услуг. Рекомендации по управлению социальными процессами в региональных образованиях стали основой структурной и функциональной коррекции деятельности органов управления.

В 2001-2024 годах Потемкин В.К. разработал новые инновационные подходы к преобразованию системы управления персоналом предприятий и организаций, в основе которых теория профессионального распознавания, менеджмент экономической безопасности персонала, риски персонала, деонтологизация трудовой деятельности, теория социальной криминологии качество управленческого труда, операционализация управленческого воздействия на персонал, инновационный менеджмент кадровой работы. Теоретические разработки доведены до практических рекомендаций и стали основой формирования новых учебных курсов по специальности «Управление персоналом», внедренных в учебный процесс в Санкт-Петербургском государственном экономическом университете и Санкт-Петербургском государственном политехническом университете.

В 1994-2024 годах Потемкин В.К. выполнил ряд прикладных исследований, например, «Рекламная деятельность: маркетинг, управление, социальные оценки», «Социальный маркетинг международного туризма», «Социальная инфраструктура регионов: нормативный подход к преобразованию», «Социальная стратегия налогообложения в развитии малого предпринимательства» и др., результаты которых внесли существенный вклад в рационализацию деятельности хозяйствующих субъектов, опубликованы в монографических изданиях и использованы в учебном процессе в вузах.

Потемкин В.К. выполняет значительную научно-общественную работу. С 1993 года он является председателем Санкт-Петербургского отделения Секции «Экономика и

социология» РАЕН, с 2001 года Президентом Санкт-Петербургской Академии управления персоналом, а также действительным членом (академиком) ряда отраслевых академий: Российской Академии Естественных наук, Национальной Академии Ювенологии, Академии Туризма, Российской Академии инвестиций и экономики строительства.

Потемкин В.К. член редколлегии журнала «Гуманитарные науки» и член редакционного совета журнала «Личность и культура». Он член диссертационных советов по присуждению ученой степени доктора наук (экономические и социологические науки) в Санкт-Петербургском государственном экономическом университете.

Потемкин В.К. выступил организатором международных научных контактов с университетами Болгарии, Китая, Польши, Финляндии, ФРГ в виде проведения сравнительных социально-экономических исследований, обмена научной информацией и научно-лекционной работы, организации и проведения международных научно-практических конференций и семинаров. Его научные публикации представлены в библиотеке Конгресса США и библиотеке мировой экономики (г. Кельн, ФРГ).

В 1979 году за деятельность по профессиональной ориентации молодежи Потемкин В.К. награжден Нагрудным Знаком ВЦСПС и ЦК ВЛКСМ «Наставник молодежи». Его научные труды отмечены Дипломами Центрального Правления НЭО СССР за лучшую опубликованную в печати работу в области реализации резервов экономики труда (1984 год), за вклад в проведение эксперимента по внедрению новых условий хозяйствования (1986 год) и Почетной Грамотой ЦП НЭО СССР за лучшую опубликованную в печати работу в области управления экономикой (1983 год).

Научно-педагогическая и общественная работа Потемкина В.К. неоднократно отмечалась органами федерального и регионального управления. Так, в 1999 году он награжден Почетной грамотой Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации, а в 2010 году Почетной грамотой Губернатора Ленинградской области.

За вклад в развитие гражданского общества, формирование социальной политики и социальной защиты населения, а также в научно-методическое обеспечение молодежной политики Потемкин В.К. награжден в 2005 году Межотраслевым объединенным комитетом по наградам Орденом «Признания», в 2014 году Орденом «Гражданская доблесть».

Войсковая Православная миссия ФСК России в 2009 году отметила личные заслуги Потемкина В.К. в возрождении Великой России Орденом «За заслуги», в 2007 году за заслуги в обеспечении национальной безопасности Орденом «За Заслуги в обеспечении национальной безопасности».

За личный вклад в духовное и нравственное воспитание молодежи Правление фонда «Земля Северская» имени святого благоверного Великого князя Александра Невского наградило Потемкина В.К. Знаком Ордена Александр Невского.

В 2010 году Потемкин В.К. награжден совместным решением Председателя Совета ректоров вузов Санкт-Петербурга и Митрополита Санкт Петербургского и Ладожского Дипломом Межвузовского конкурса за лучший информационно-аналитический обзор «Молодежь. Общественная среда. Православие».

ПОЗДРАВЛЕНИЯ ОТ КОЛЛЕГ, ДРУЗЕЙ И УЧЕНИКОВ

ЖАН ТЕРЕНТЬЕВИЧ ТОЩЕНКО
Доктор философских наук, профессор
Член-корреспондент РАН
Председатель Научного совета
Отделения общественных наук РАН
«Новые идеи в социологической теории и социальной практике»,
Научный руководитель социологического факультета РГГУ,
Главный научный сотрудник Института социологии ФНИСЦ РАН

Заслуженному деятелю науки РФ,
Почетному работнику высшего профессионального образования
доктору экономических наук, профессору Потемкину В. К.

Дорогой Валерий Константинович,

Рад поздравить Вас со знаменательной датой в Вашей жизни.

Меня с Вами объединяют наши общие интересы, которые были, есть и будут предметом постоянных исследований — труд и управление. Именно они являются сейчас актуальнейшими для решения назревших проблем российского общества. Очень важно и то, что в своем творчестве Вы органически соединяете усилия смежных наук — экономики и социологии.

Многое Вы сделали и для педагогической деятельности, участвуя в организации новых форм обучения, в создании учебников, в воспитании студенческой и аспирантской молодежи.

Особенно значим Ваш вклад в организационно-научную жизнь, в деле продолжения завоевавшего признательность и доверие многих читателей журнала «Телескоп», так как именно посредством и при помощи его мы узнаем о творчестве коллег, поисках истины на сложных дорогах познания общественной жизни в нашей стране.

Надеюсь, что Вы порадуете наши социальные науки анализом и объяснением существующих социально-экономических проблем и поможете их рождению, особенно со стороны молодежи.

Успехов в творчестве, здоровья и благополучия.

Искренне
Ваш
Ж. Тощенко.

ИРИНА ИЛЬИНИЧНА ЕЛИСЕЕВА
Доктор экономических наук, профессор
Член-корреспондент РАН,
Главный научный сотрудник
СИ РАН-филиала ФНИСЦ РАН
заслуженный деятель науки РФ

Валерию Константиновичу Потемкину исполняется 75 лет, но ни внешний вид, ни творческая энергия не позволяют назвать его пожилым человеком.

Валерий Константинович – выпускник Финэка (1974 г.), сочетающий качества друга и наставника с лидерскими характеристиками.

Проработав свыше 15 лет на предприятиях Ленинграда (1966-1982 гг.) В.К. Потемкин сумел использовать этот опыт в научных исследованиях. Уже в 1981 г. он защитил диссертацию на соискание ученой степени кандидата экономических наук в ЛФЭИ им. Н.А. Вознесенского, а в 1989 г. защитил докторскую диссертацию в Институте экономики АН СССР. Продолжая научные исследования В.К. Потемкин никогда не терял связи с практикой. Это единство теоретического и практико-ориентированного подхода отражается в многочисленных работах Валерия Константиновича: учебниках и учебных пособиях, монографиях и научных статьях, посвященных организационно-управленческим проблемам народно-хозяйственных комплексов, социальному партнёрству, анализу трудового потенциала территории или предприятия, кадровой политике, управлению персоналом, социальной защите населения и др. На протяжении своей трудовой деятельности Валерий Константинович занимал множество руководящих должностей производстве, в системе АН СССР. С 2001 г. по настоящее время В.К. Потемкин является заведующим кафедрой социологии и управления персоналом СПбГЭУ, входит в состав нескольких диссертационных советов, является главным редактором Российского научного журнала «Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований». Им подготовлена многочисленная когорта высококвалифицированных научных кадров. Научная, преподавательская и организационная деятельность В.К. Потемкина по достоинству оценены наградами и научными званиями. Желаю Валерию Константиновичу крепкого здоровья и творческого долголетия!

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ПЕТРА ВЕЛИКОГО

С днем рождения, Валерий Константинович!

Заслуженный деятель науки Российской Федерации, доктор экономических наук, профессор, крупный специалист в области управления персоналом и социологии труда Валерий Константинович Потемкин является многогранной личностью. Для Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого важен и ценен тот вклад, который внес Валерий Константинович в профессиональную жизнь Политехнического университета: более 20 лет педагогической и научной деятельности этого выдающегося человека связаны с Политехом.

Сегодня коллеги-политехники, которые знают профессора Потемкина В.К. лично, работая с ним, поздравляют Валерия Константиновича с Юбилеем и Днем рождения:

ВЛАДИМИР ВИКТОРОВИЧ ГЛУХОВ
Доктор экономических наук, профессор,
Руководитель административного аппарата ректора СПбПУ,
Заслуженный деятель науки РФ

«Мы тесно общались в непростые 90-е годы. Меня сразу поразила огромная работоспособность Валерия Константиновича! Его профессиональные знания и научные труды в области экономики труда, управления персоналом были необходимы в коллективе Факультета экономики и менеджмента СПбПУ. Нам не хватало такого профессора. Он активно включился в работу со студентами и аспирантами.

Особо выделю работу Валерия Константиновича в диссертационном совете. Здесь защищались его ученики, он активно подключался к обсуждению рассматриваемых работ, проявляя профессионализм и доброе отношение к молодым ученым.

Меня поражала и поражает широта его контактов с коллегами из других регионов, огромное число публикуемых работ, организация коллективных публикаций. Это способствует становлению авторитета экономической научной школы Санкт-Петербурга.

Дорогой Валерий Константинович, Вы на взлете! Долгих лет Вашей активности!»

ОЛЬГА ВЛАДИМИРОВНА КАЛИНИНА
Доктор экономических наук, профессор,
Директор Высшей школы производственного менеджмента СПбПУ,
Почетный работник сферы образования РФ

«Я знаю Валерия Константиновича с 2006 года, когда пришла работать на кафедру «Стратегический менеджмент» Политехнического университета. Вначале я только слышала про известного профессора Потемкина, но когда познакомилась с ним лично, общение с ним произвело на меня неизгладимое впечатление. Меня, с одной стороны, поразили профессиональный опыт и кругозор, с другой стороны – внутренняя интеллигентность, харизматичность и энергетика этого человека. Дополнительно к этому в Валерии Константиновиче всегда видно желание постоянно развиваться, реализовывать новые проекты и решать сложные задачи. Также вызывает восхищение то количество талантливых учеников и последователей, которых подготовил Валерий Константинович».

ВИКТОРИЯ ВАЛЕРЬЕВНА ВИЛЬКЕН
Кандидат экономических наук
Доцент Высшей школы производственного менеджмента СПбПУ
Почетный работник сферы образования РФ

«Я благодарна судьбе за то, что свела меня с профессором Валерием Константиновичем Потемкиным. В период моего становления и развития как преподавателя, знакомство и дальнейшее общение с Валерием Константиновичем сыграло определяющую роль в моей профессиональной карьере. Профессор Потемкин читал лекции по управлению персоналом на нашей кафедре. Помимо поистине энциклопедических знаний теории, Валерий Константинович поражает своим богатейшим практическим опытом. Современные студенты требовательны и не довольствуются сугубо теорией, им нужно понимание практического применения знаний. Валерий Константинович уже 20 лет назад начал применять именно практикоориентированный подход при чтении своих лекций. Когда

Валерий Константинович приходил к нам на кафедру, для нас наступал, если можно так выразиться, профессиональный праздник. Мы активно обсуждали волнующие нас темы, получали ценные советы или конструктивную критику. Валерий Константинович всегда готов помочь советом, будь это научный спор или жизненная ситуация.

Также меня восхищает отношение Валерия Константиновича к научной и преподавательской деятельности – он учит никогда не останавливаться на достигнутом. Я пришла на кафедру «Стратегический менеджмент» сразу после школы и мне казалось, что профессор, доктор наук уже полностью изучил интересующую его область и лучше него никто предметом не владеет. Зачем же тогда Валерий Константинович каждый год обновляет свой учебный курс? Зачем нужно каждый год искать новую литературу по предмету, если сам он может лучше других написать учебник или научную статью? Конечно, мое восприятие было тогда наивным. Валерий Константинович мне дал понять, что наука не стоит на месте, и научная работа не может прерываться. Несмотря на сделанный фундаментальный вклад в развитие российской науки, Валерий Константинович продолжает трудиться и вести научную и исследовательскую деятельность. Его трудолюбие, интерес к окружающему миру, любовь и внимание к людям всегда восхищают».

ОЛЬГА АНАТОЛЬЕВНА РАССКАЗОВА

**Кандидат экономических наук, доцент,
Доцент Высшей школы административного управления СПбПУ**

«Я знакома с профессором Потемкиным Валерием Константиновичем давно, ещё с 2001 года, когда он стал заведующим кафедрой социологии и управления персоналом в ФИНЭКе. Я тогда только защитила свою кандидатскую диссертацию, и работала на кафедре старшим преподавателем. Для меня в то время было очень важно, чтобы рядом был наставник, который может рассказать о возможностях развития в профессиональной сфере, помочь поставить цели и замотивировать на их достижение.

На тот момент я была еще неопытным преподавателем и думала, что для преподавателя достаточно только хорошо подготовить и прочесть лекции и провести семинары. Я помню, как Валерий Константинович довольно директивно, подобно строгому родителю, сказал, что мне нужно думать о своем профессиональном развитии и поставить цель получить звание доцента. Чтобы соответствовать всем необходимым требованиям, мне нужно было подготовить к изданию учебное пособие. Это было в моей жизни первое учебное пособие, подготовленное под руководством Валерия Константиновича, что для меня особенно ценно и значимо. Я благодарна Валерию Константиновичу за отечески мудрый подход, который он использовал по отношению к молодым преподавателям кафедры. Сколько я его знаю, он помимо решения профессиональных задач, всегда интересовался как обстоят дела у коллег. И всегда готов поддержать в непростые времена, которые бывают в жизни каждого человека, что характеризует его как человека с широкой душой.

Наше сотрудничество является плодотворным на протяжении всей моей профессиональной жизни. Когда я пришла работать в Политехнический университет, мы совместно с Валерием Константиновичем писали статьи, он приглашал для публикации меня и моих коллег, студентов в российский научный журнал «Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований», где является главным редактором. Он также являлся редактором учебных пособий, выступал независимым экспертом проекта образовательного стандарта бакалавриата и магистратуры по направлению подготовки «Управление персоналом», поскольку имеет большой и неоценимый профессиональный опыт в данной сфере. И что не менее важно, к нему всегда можно было обратиться за советом, что очень дорого и ценно».

ЭЛИНА БОРИСОВНА АВАКОВА
Кандидат социологических наук, доцент,
Доцент Высшей школы медиакоммуникаций
и связей с общественностью СПбПУ

Уважаемый Валерий Константинович!

Примите мои самые искренние поздравления с юбилеем! Я с благодарностью и теплотой вспоминаю и дни учебы у Вас, и Ваше научное руководство! Воспоминания эти мои восходят еще к студенческим годам, актуальны они и сейчас, когда я являюсь уже сложившимся специалистом в нашей общей с Вами сфере деятельности. Для этой важнейшей для человека отрасли Вы подготовили многих и многих ее работников. Мой профессиональный путь во многом определился благодаря Вашему наставничеству и участию. Многие Ваши студенты, как и я, вспоминают важные и увлекательные занятия, на которых Вы вкладывали в нас не только время, знания, внутреннюю силу, достойный пример, но и частичку себя. Большое Вам спасибо за этот бесценный опыт. Благодаря этому я успешно развиваюсь в нашей нелегкой профессии и крепко стою «на ногах» знаний. Спасибо за помощь, ценные советы и наставления в начале моего творческого пути как преподавателя, в период моего профессионального становления они помогли мне справиться с трудностями, стрессом, эмоциональным выгоранием, возникающими у любого молодого специалиста.

Ваши человеческие качества, самоотдача, смелость идей и целеустремленность всегда обеспечивали достижение высоких результатов кафедрой, которую Вы успешно возглавляете много лет. Можно уверенно утверждать, что и успешность кафедры, и само ее существование не было бы возможным без Вашего руководства и управленческого дара.

Валерий Константинович, желаю Вам крепчайшего здоровья, продолжения успешной реализации всех Ваших всегда надежных и перспективных планов, как всегда неиссякаемой эффективной энергичности и благополучия!

Я горжусь тем, что училась и работала у Вас! Ваша благодарная ученица, Элина Авакова.

АЛЕКСЕЙ ЕВГЕНЬЕВИЧ ПАРШУКОВ
Кандидат экономических наук,
Доцент Высшей школы
административного управления СПбПУ

"С Валерием Константиновичем судьба меня свела во время учебы и при выборе научного руководства над кандидатской диссертацией, у меня не было сомнения в выборе научного руководителя! Я благодарен за уроки жизни и психологии управления, которые мне преподавал Валерий Константинович, за развитие творческого научного мышления!

Дай Бог доброго здоровья!"

Валерий Константинович, коллеги-политехники поздравляют Вас с юбилеем, желаем долгих лет жизни, очень Вас ценим и благодарны за помощь, поддержку и сотрудничество!

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**К ЮБИЛЕЮ ЗАСЛУЖЕННОГО ДЕЯТЕЛЯ НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ,
ДОКТОРА ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК, ПРОФЕССОРА ПОТЕМКИНА ВАЛЕРИЯ
КОНСТАНТИНОВИЧА**

ИГОРЬ АНАТОЛЬЕВИЧ МАКСИМЦЕВ
Доктор экономических наук,
Ректор Санкт-Петербургского государственного
экономического университета

Уважаемый Валерий Константинович!

Санкт-Петербургский государственный экономический университет поздравляет Вас с юбилеем – 75-летием со дня рождения!

На протяжении многих лет Ваша профессиональная деятельность неразрывно связана с нашим Университетом. Ваш жизненный путь окрашен яркими достижениями в области науки и образования. Вами подготовлено не одно поколение молодых учёных и специалистов!

Долгие годы Вы возглавляли кафедру социологии и управления персоналом, которая под вашим непосредственным руководством стала одной из ведущих выпускающих кафедр Санкт-Петербургского государственного экономического университета. Кафедра осуществляет подготовку выпускников сразу по нескольким перспективным направлениям: управление персоналом, социология и социальная работа. Выпускники кафедры востребованы на рынке труда и занимают лидирующие позиции в органах государственной и муниципальной власти, коммерческих компаниях, а также организациях сферы науки и образования. Мы по праву гордимся своими выпускниками!

Благодаря Вам в нашем Университете сформирована научно-педагогическая школа «Эффективное управление социально-экономическими процессами в социальных системах», которая занимается широким спектром фундаментальных проблем развития общественных отношений и практик, а также проведением прикладных исследований в области взаимодействия субъектов и объектов управления. В рамках тематики научной школы происходит подготовка и защита диссертаций на соискание учёных степеней, выполняются научно-исследовательские работы, проводятся круглые столы на международных конференциях и форумах. Ваши научные изыскания в области профессионального распознавания и оценки личности, качества управленческого труда, человекоориентированного управления, определения ценностно-мотивационных смыслов профессиональной деятельности работников не имеют аналогов в современной российской науке и будут востребованы ещё долгие годы. В настоящее время развиваются новые перспективные направления научных исследований. Развитие научно-педагогической школы обеспечивается сотрудничеством Санкт-Петербургского государственного экономического университета с ВУЗами-партнёрами в России и за рубежом, а также членством и взаимодействием с рядом международных организаций и ассоциаций.

Вы успешно сочетаете учебную, научную и организационно-управленческую деятельность! Являетесь одним из самых публикуемых и читаемых авторов нашего университета. На ваших книгах выросло не одно поколение выпускников, молодых учёных и сотрудников. Ваши достижения по достоинству оценены и признаны в России и за рубежом. В Санкт-Петербургском государственном экономическом университете представлены все три уровня высшего образования социологической направленности, что позволяет осуществлять непрерывную подготовку научных и научно-педагогических кадров

в целях воспроизводства профессорско-преподавательского состава Университета, развития его кадрового потенциала.

Всю свою профессиональную жизнь Вы большое значение придаёте подготовке и воспитанию молодых учёных, ведёте активную педагогическую работу. Под Вашим руководством выросла целая плеяда ярких и талантливых сотрудников Университета. Обеспечивается преемственность поколений!

Ваша неутомимая энергия, желание внести свой вклад в российскую науку и образование, а также развитие Университета заслуживают признания и глубокого уважения! Фундамент, который Вы заложили, позволит обеспечить лидерство Санкт-Петербургского государственного экономического университета как ведущего экономического ВУЗа страны, а также новые перспективные направления его развития.

Уважаемый Валерий Константинович, желаю Вам творческих успехов, крепкого здоровья, осуществления задуманного, счастья и благополучия! Пусть время будет неподвластно над масштабом ваших замыслов и творческих идей!

ИГОРЬ ВАСИЛЬЕВИЧ ФЕДОСЕЕВ
Доктор экономических наук, профессор,
Декан факультета управления СПбГЭУ

Валерий Константинович всю жизнь, все свои научные чаяния, свершения и победы связывает с родным университетом, в котором получил высшее образование и руководит кафедрой уже четверть века.

Профессор В.К. Потемкин признанный теоретик. Им разработаны новые инновационные подходы к преобразованию системы управления персоналом предприятий и организаций, в основе которых — теория профессионального распознавания, менеджмент экономической безопасности персонала, риски персонала, деонтология трудовой деятельности, теория социальной криминологии, качества управленческого труда, операционализация управленческого воздействия на персонал, инновационный менеджмент в кадровой работе. Валерий Константинович основатель теории человекоориентированного управления предприятиями и организациями, корпоративных социальных инноваций, а также профессионального распознавания и оценки работников предприятий.

В течение долгих лет профессор Потемкин является не только ученым, но и наставником, вдохновителем и лидером для многих поколений молодежи. Под его руководством воспитана целая плеяда молодых ученых, создана своя научная школа.

Валерий Константинович Потемкин — это не просто имя, а бренд, за которым кроется мудрость, опыт, профессиональные компетенции, знания и инновации. Поздравляем Валерия Константиновича с 75-летием! Ваши труды и достижения, Валерий Константинович, навсегда останутся в сердцах и умах тех, кто имел счастье стать учеником, коллегой, соратником, тех, кто начал свой путь ученого с Ваших научных трудов! Спасибо Вам! Пусть здоровье, вдохновение и радость сопутствуют Вам во все годы! Продолжайте своей работой, своим примером нести свет знания тем, кто следует за Вами!!!

ЯКОВ АРОНОВИЧ МАРГУЛЯН
Доктор социологических наук, профессор
Профессор кафедры социологии и управления персоналом СПбГЭУ

Уважаемый Валерий Константинович!

Увлечение научной деятельностью у Валерия Константиновича началось в студенческие годы, сформировалось в период работы на предприятиях научно-производственного комплекса города, получило развитие в Институте социально-экономических проблем АН СССР.

Каждому из своих учеников Вы передавали свои знания, огромный жизненный опыт, формировали профессиональные компетенции, помогали найти свой путь, выбрать любимую профессию, реализовать себя в преподавательской и научно-исследовательской деятельности.

Большинство докторских и кандидатских диссертаций, написанных и защищённых под вашим руководством, непосредственно связаны с тематикой созданной Вами научно-педагогической школы и имеют важное и актуальное значение для развития современного российского государства.

НАДЕЖДА НИКОЛАЕВНА ПОКРОВСКАЯ
Доктор социологических наук, профессор
Профессор кафедры инновационного менеджмента
Санкт-Петербургского государственного
электротехнического университета
«ЛЭТИ» им. В.И. Ульянова (Ленина)

Валерий Константинович преподавал Управление персоналом на, кажется, 2-ом курсе, вероятно, 1991-1992 год. Тогда на его лекциях у меня был очень тонкий конспект: мы заслушивались его рассказов, ведь Валерий Константинович иллюстрировал каждую тему обилием практических примеров из своей богатой научной и управленческой биографии.

Настоящим потрясением было для меня столкновение с его интеллектом в научном анализе и осмыслении. Когда в 2005 г. я закончила свою докторскую диссертацию и принесла 400-страничный "кирпич" Валерию Константиновичу, он за одну минуту, проглядев оглавление, сумел вникнуть в суть и за 15 минут набросал мне настолько дельные замечания, что я ещё полгода потом размышляла и искала ответы на его вопросы.

Уже 20 лет я рассказываю студентам массу примеров из опыта работы с Валерием Константиновичем, но главным для меня остаётся ум и способность открыто взглянуть на громадный объём и сразу же проникнуть в самую глубину, прочесть стоящую за словами мысль и повертеть эту мысль разными сторонами, подёргать идущие из этой мысли ниточки, посмотреть вытекающие из реализации этой мысли последствия, пощупать и просчитать выводы. Многогранность личности Валерия Константиновича для меня стала примером, на который я равняюсь как на эталон.

**АКАДЕМИЯ ЛИДЕРСТВА И АДМИНИСТРИРОВАНИЯ
БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ФНС РОССИИ – НЕВА**

СЕРГЕЙ БОРИСОВИЧ МУРАШОВ
Доктор социологических наук, профессор,
Ректор «Академии ФНС ЛАБ-Нева»

Валерий Константинович спасает хороших друзей и просто стоит за справедливость, искренне дружит. Он талантлив и успешен, молод и силен, милосерден и непреклонен.

Образ героя-победителя как никому близок Потемкину Валерию Константиновичу.

Блестящий учёный и автор многочисленных публикаций, эффективный организатор науки и образования, делатель по призванию и семейным традициям, научный руководитель и консультант когорты талантливых учеников.

Валерий Константинович искренне любит не только своих родных и близких, но как христианин очень благожелательно расположен ко всем людям, встречающимся ему на пути. Но вторую щёку никогда не подставит - сказывается бойцовский характер.

Валерий Константинович не спешит за технолого-информационными новациями, но всегда на шаг впереди в творчестве и развитии. Характер у Валерия Константиновича трудный, и это плата за цельность и многогранность личности.

**КАБАРДИНО-БАЛКАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ В. М. КОКОВА**

АСЛАН КАРАЛЬБИЕВИЧ АПАЖЕВ
Доктор технических наук, профессор,
Ректор Кабардино-Балкарского
государственного аграрного университета имени В. М. Кокова
Почетный работник высшего профессионального образования РФ,
Заслуженный деятель науки КБР

Глубокоуважаемый Валерий Константинович!

Ректорат, профсоюзный комитет и сотрудники Кабардино-Балкарского государственного аграрного университета имени И.М. Кокова сердечно поздравляют Вас с замечательным юбилеем, 75-летием со дня рождения!

75 лет - это ещё не возраст для того, чтобы «повесить кинжал на стену». Это только расцвет сил для продолжения плодотворной деятельности на благо нашей Родины.

Сочетание Вашей научно-педагогической деятельности с воспитательной способствовали вашей успешной работе в коллективе на протяжении многих лет. Ваши коллеги, студенты и аспиранты искренне любят Вас за честный и добросовестный труд, порядочность и принципиальность. Вы многое делаете для развития потенциала отечественной науки и высшей школы, помогаете студентам, аспирантам, ученым и другим исследователям в продвижении научных достижений, особое внимание уделяете поддержке научной молодёжи. Нельзя недооценить Ваш вклад в подготовку научно-педагогических кадров и высококвалифицированных специалистов для социально -экономического развития страны, в том числе Кабардино-Балкарской Республики.

Под Вашим научно-методическим руководством подготовлена плеяда ученых экономистов и социологов (докторов и кандидатов наук), которые достойно несут высокое звание учеников Валерия Константиновича Потемкина.

В научном сообществе всего мира Вы пользуетесь высоким авторитетом как крупный специалист в области социально-экономических наук. Ваши научные труды получили международное признание среди коллег и неизменно вызывает интерес у широкой читательской аудитории.

Уважаемый Валерий Константинович! В знаменательный день, желаем Вам крепкого здоровья на многие годы, неиссякаемой жизненной энергии, творческого долголетия, мира и согласия Вам и Вашей семье!

**КАБАРДИНО-БАЛКАРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Х.М. БЕРБЕКОВА**

ЮРИЙ КАМБУЛАТОВИЧ АЛЬТУДОВ
Доктор технических наук,
доктор экономических наук, профессор,
И.о. ректора Кабардино-Балкарского
государственного университета им. Х.М. Бербекова

Глубокоуважаемый Валерий Константинович!

От имени ученого совета и профессорско-преподавательского состава Кабардино-Балкарского государственного университета им. Х.М. Бербекова и от себя лично поздравляю Вас с 75-летием со дня рождения.

75 лет - значимая дата в жизни каждого человека, удивительное время, когда широко открыт простор для новых планов и идей, когда благодаря бесценному жизненному опыту можно решить самые сложные задачи.

Ваш вклад в экономическую и социологическую науку, образование и подготовку научно-педагогических кадров высшей квалификации трудно переоценить. Научные направления Вашей трудовой деятельности являются наиболее актуальными сейчас в XXI веке в эпоху реализации Национального проекта «Наука и Университеты».

Вы успешно направляете методическую работу, прилагаете значительные усилия для развития компетенций в социально-экономической науке, воспитания новых поколений блестящих российских специалистов в направлении экономического и социологического образования.

Мы ценим Вас не только как крупного учёного, но и как замечательного человека. Ваши порядочность, доброжелательность, коммуникабельность, эрудиция и мудрость восхищают каждого.

В начале 90-х годов Вы стояли у истоков формирования в Кабардино-Балкарском государственном университете кафедры менеджмента и маркетинга, на базе которой впоследствии образовался институт менеджмента, туризма и индустрии гостеприимства. Под Вашим непосредственным научно-методическим руководством и сопровождением подготовлена целая плеяда ученых экономистов и социологов (докторов и кандидатов наук), которые более 25 лет успешно осуществляют научно-образовательную деятельность в вузах республики и Северо-Кавказского макрорегиона России, трудятся на ответственных должностях в Правительстве и народно-хозяйственном комплексе КБР. Все они достойно и ответственно несут высокое звание учеников Валерия Константиновича Потемкина.

В этот торжественный день примите слова благодарности за Ваш высокий профессионализм и преданность делу. От всей души желаем Вам новых созидательных успехов на благо нашей страны и регионов России.

Крепкого здоровья, счастья и благополучия Вам и Вашим близким!

АРТЕМ ВАЛЕНТИНОВИЧ ФОМЕНКО
Кандидат социологических наук
Заместитель Председателя Сбера по Дальневосточному региону

Валерий Константинович стал для меня «крестным отцом» в научной деятельности и впоследствии наставником и мудрым советником в моей карьере руководителя в банке. Именно Валерий Константинович в свое время одним звонком руководству Сбербанка определил мою судьбу, отправив меня проходить практику в банке.

С тех пор с 2003 года за 21 год с момента начала нашего сотрудничества я уже несколько лет как Заместитель Председателя Сбера на Дальнем Востоке и продолжаю расти и чувствовать себя уверенно, благодаря фундаменту, заложенному моим научным руководителем.

Валерий Константинович говорил мне, что научная деятельность и защита диссертации станут для меня тем самым импульсом, который запустит правильное мышление и поможет дальше не останавливаться в развитии.

Очень благодарен Валерию Константиновичу за то, что увидел во мне потенциал и помог его развернуть в правильное русло.

Желаю моему глубокоуважаемому наставнику профессионального долголетия и еще бесконечно череды ребят, которые будут сквозь года нести в себе и возвращать плоды мудрости и доброты Валерия Константиновича Потемкина.

АННА ВЛАДИМИРОВНА АНДРЕЕНКОВА
Доктор социологических наук,
Заместитель директора
Института сравнительных социальных исследований ЦЕССИ

У нашего дорогого коллеги и друга Валерия Константиновича юбилей. Юбилей можно воспринимать по-разному – и как подведение итогов, и как начало нового этапа и строительство новых планов, и просто как повод для радости и праздника. Для меня это повод и возможность сказать слова, которые редко говорятся в обычной жизни. Нам очень повезло общаться и работать с замечательным человеком, творческой личностью, настоящим ученым. Людей-созидателей, которые не идут проторенными путями, но открывают свои дороги, ведут за собой, не дают другим останавливаться, во все времена немного. Коллегам и друзьям Валерия Константиновича повезло иметь такого человека рядом. Социология управления и инноваций – одно из наиболее сложных направлений в социальных науках. Вклад Валерия Константиновича, который на протяжении многих лет не изменял этой области, но открывал в ней новое и созвучное современности, нельзя переоценить. Инновационный менеджмент, человекоориентированное управление, профессиональное распознавание, интеллектуальный капитал компаний – эти и многие другие понятия вошли в научный словарь российской науки благодаря работам профессора Потемкина. Имя Валерия Константиновича всегда звучало в моей семье социологов, чаще всего, конечно, от увлеченной социологией труда Нины Владимировны Андреевской, как пример научной инициативности, смелого экспериментаторства и блестящей организации социологических проектов. Социология и экономика, психология и науки управления – широта интересов и знаний Валерия Константиновича представляет собой реальное воплощение идеи междисциплинарности, которую очень непросто реализовать в научном коллективе, но удалось сочетать в личности одного ученого. Секрет его успеха прост, и вместе с тем трудно

повторим - соединение глубоких теоретических знаний, талант наставника и учителя и практическая ориентированность, стремление искать решения реальных проблем, которые волнуют людей, организации и сообщества. Мы желаем Валерию Константиновичу здоровья физического и душевного, оптимизма и легкомыслия, чтобы браться за самые трудные и, казалось бы, невыполнимые задачи, сил, энергии и юмора, чтобы преодолевать все препятствия и видеть воплощение своих идей в жизнь.

БОРИС ЗУСМАНОВИЧ ДОКТОРОВ
Доктор философских наук, профессор

Доброе дело всегда помнится

Уважаемый Валерий Константинович, побродил я по электронной сети и знаю: много тобою сделано и весьма позитивно оценено научным сообществом. Очень это приятно узнать.

Наше знакомство и сотрудничество относится к началу 80-х., т.е. сорок лет назад. Значит и мы с тобой были на 40 лет моложе. И противоестественным будет, если сейчас я заменю дружеское «ты» на несколько отстраненное «Вы».

1983-1984 годы – тяжелое, сумрачное время для молодой ленинградской социологии, чувствовалось это и в Институте социально-экономических проблем АН СССР, в котором мы работали. В начале 80-х из института ушло несколько выдающихся профессионалов. В рабочие-настройщики ушел А.Н.Алексеев, через годы он отрефлексировал свои наблюдения в фундаментальном четырехтомнике «Драматическая социология и социологическая ауторефлексия», весьма значимом для отечественной науки. Вскоре вынужден был уйти В.А.Ядов – один из лидеров советской / российской социологии. Через несколько лет он будет призван в Москву на пост директора Института социологии АН СССР. Вслед за ним из ИСЭП пришлось уйти Б.М. Фирсову – ученому с высочайшим созидательным потенциалом. На волне перестроечных процессов он создал Социологический институт РАН и через несколько лет – Европейский университет в Санкт-Петербурге.

В этот момент ты пригласил мою небольшую группу, осколок фирсовского коллектива, в свой сектор, и таким образом сохранил нашу команду. Особо отмечу: при этом ты не настаивал на смене направления наших исследований – анализ экологического и экономического сознания. Помню и ценю.

Вторая история – не столь продолжительная. В 2021 году ты продлил жизнь замечательного петербургского научного издания «Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований», созданного М.Е.Илле в еще 1997 году. При этом ты не изменил главную направленность журнала – сохранение и углубление знаний о процессах общественного развития.

Мне этот журнал крайне дорог, начав публиковаться в нем в 1999 году, я за несколько лет публиковал в нем серию статей по истории американской рекламы и становлению в США научных опросов общественного мнения. После публикации в 2004 году статьи о жизни и творчестве зачинателя опросов общественного мнения в СССР Б.А. Грушина мне было предложено вести в «Телескопе» раздел по современной истории российской социологии. Этот раздел в журнале просуществовал с 2005 по 2019 гг.

Валерий Константинович, 75 лет – отличный юбилей. Есть не только возможность для продолжения проложенных научных направлений, но и для поиска новых исследовательских путей. Здоровья тебе и научного куража.

ЮРИЙ ВИКТОРОВИЧ КУЗНЕЦОВ
Доктор экономических наук, профессор,
Почетный профессор СПбГУ,
Заслуженный работник высшей школы РФ,
Почетный президент Национальной Академии туризма

Уважаемый Валерий Константинович! 75 лет! Это возраст рассвета ученого и мужа, что Вы подтверждаете своими делами и достижениями, которых у Вас еще много впереди. Я благодарен судьбе, которая свела меня с Вами много лет назад. Мы проводили и проводим совместную работу по научным направлениям, организовывали неформальные встречи и надеюсь на дальнейшее сотрудничество. Хочу отметить, что Вы пользуетесь высоким авторитетом среди научной общественности как России, так и за рубежом. Вы воспитали большую плеяду ученых. Своим талантом Вы обогащаете нашу науку.

Здоровья Вам, счастья, творческих успехов!

ОЛЕГ ЯКОВЛЕВИЧ ГЕЛИХ
Доктор философских наук, профессор,
профессор кафедры управления образованием
и кадрового менеджмента
Российского государственного педагогического
Университета им. А.И. Герцена

О Потёмкине, учёном и человеке.

Обстоятельства в сложившемся и всё более складывающемся деловом общении с Валерием Константиновичем постепенно раскрывали нам личные качества друг друга.

Глубина мышления Валерия Потёмкина не только удивляла. За каждым его суждением воспринималась и чувствовалась неординарная личность. Человека такого мышления, образованности, эрудиции не вдруг встретишь на жизненном маршруте. В каждой фразе обстоятельность, взвешенность, душевное спокойствие и нравственное напряжение одновременно. По личности такого масштаба невольно будешь сверять, выверять и себя самого. Как поступил бы Валерий Потёмкин, окажись он в твоей ситуации – такой вопрос самому себе можно задать только в случае, когда осознаешь интеллектуальную честность личности, с которой, наконец, соприкоснула тебя судьба.

ЛИДИЯ ДМИТРИЕВНА ТЮЛИЧЕВА
Кандидат экономических наук,
Старший научный сотрудник,
Доцент Института
проблем региональной экономики РАН

Чем запомнились годы работы с Валерием Константиновичем? Лично для меня – щедрым и бесстрашным проявлением черт руководителя-Круга.

Как он нами руководил?

Мне схема представляется следующим образом. Потемкин любит науку. Поэтому любит в своем окружении также людей увлеченных. В свою очередь подчиненные, чувствуя его воодушевление, получают дополнительную мотивацию. В итоге отношения «начальник – подчиненный» вообще оказываются не столь уж важны. Доминируют отношения «лидер – соратники». Причем лидерство имеет ярко выраженную

энергетическую природу. Движение множества людей вокруг Валерия Константиновича объясняется, на мой взгляд, огромными запасами его энергии, вырабатываемой прямо в процессе общения. И люди охотно вовлекаются в этот процесс взаимодействия, протекающий как обмен идеями и обмен эмоциями.

До сих пор помню, с каким удовольствием он излагал нам новые задачи. Разные нюансы проблемы буквально смаковались. Мы понимали, что нам на ближайшее будущее досталась не тема, а буквально лакомство. И это не могло не радовать.

Собственно, соратниками он считал тех, кто сочетал в работе энтузиазм и ответственность. Тем, кто погрузился в исследования с головой, он никогда не проедал мозги формальной дисциплиной «когда пришел – когда ушел». Несомненный приоритет отдавался исполнительской дисциплине. И вот тут бывал придирчив.

Инициативу никогда не душил. Как именно ее поддерживал? Например, если мы считали полезным в ходе исследования выяснить общественное мнение той или иной социальной группы, от нас требовались только три вещи – разработать опросные материалы, провести опрос и обработать его результаты. Все организационные вопросы (от печатания анкет до допуска нас, интервьюеров, в организации) решались Валерием Константиновичем. То же было с публикациями. То же было с нахождением для нас преподавательской подработки в вузах.

«Вы, главное, работайте, пишите, все проблемы я решаю!».

Остается добавить, что так было в 90-е – время в высшей степени тревожное и совсем не веселое. В период массового бегства людей из сферы науки как сферы обреченной, мы, его подчиненные вполне себе увлеченно занимались профессиональной деятельностью. Это дорогого стоит и о многом говорит.

Спасибо Вам за все доброе, Валерий Константинович!

РИММА КЯМИЛЬЕВНА ТАНГАЛЫЧЕВА

Доктор культурологии,

кандидат социологических наук, доцент,

**доцент кафедры социологии культуры и коммуникации
Санкт-Петербургского государственного университета**

Я работала с Валерием Константиновичем Потемкиным с 1985 по 1996 год сначала в Институте социально-экономических проблем Академии наук СССР, затем в Институте региональных проблем экономики РАН. Это было время перестройки, распада СССР и возникновения новых форм социальных отношений и научной деятельности как в России в целом, так и в Санкт-Петербурге. Можно сказать, в эпоху грандиозных перемен в нашей стране. Под руководством Валерия Константиновича мы занимались исследованием стратегий социального и экономического развития предприятий, управления рисками, трудовых конфликтов, экономической культуры организации. В начале 1990-х годов были актуальны такие темы, как экономические реформы и их социальные последствия для людей и общества, управление персоналом предприятия. В те непростые для всех нас годы трудности повседневной и профессиональной жизни компенсировались теплыми отношениями в коллективе, теми праздниками, которые всегда мы отмечали за дружеским столом с неизменным оптимизмом, весельем и верой в будущее. И, конечно же, инициатором и душой всего был Валерий Константинович. Он был в те годы и остается сейчас не только ученым, руководителем, но и теплым человеком с неизменной харизмой, интересом к людям и ко всем происходящим событиям, изменениям. Хочется пожелать Валерию Константиновичу Потемкину долгих и плодотворных лет жизни, дальнейших профессиональных достижений и успехов!

ФЕОДОР РУБЦОВ
Магистрант
Санкт-Петербургского государственного
экономического университета

С юбилеем, Валерий Константинович!

Наша первая встреча с Валерием Константиновичем состоялась 7 июня 2021 года. Будучи студентом 1 курса бакалавриата, я участвовал в коллективном исследовательском проекте, организатором и идейным вдохновителем которого был Валерий Константинович. Тогда он сформулировал нашу профессиональную миссию: «Вы, социологи, должны говорить о проблемах».

Сам Валерий Константинович пронес эту миссию через полвека своего научного пути. Более 600 работ, которые он опубликовал, посвящены широкому спектру проблем, связанных с социально-экономическим развитием предприятий и организаций, человекоориентированным управлением трудовыми коллективами, активизацией социально-экономических резервов хозяйственных систем, применением социальных технологий в современных условиях развития общественных отношений и т. д. Принадлежащие его авторству инновационные методики, которые направлены на решение этих проблем, известны далеко за пределами нашей страны.

Для нас, молодых исследователей, Валерий Константинович служит примером того, каким должен быть ученый: глубоко погруженным в свой предмет, стремящимся найти ответы на вопросы, которые могут показаться неразрешимыми, обладающим неисчерпаемым творческим потенциалом, а кроме того, имеющим четкую гражданскую позицию и внутреннее рвение служить обществу и своей стране.

Валерий Константинович – кладезь знаний и мудрости. Он был свидетелем того, как сменяются вехи истории Ленинграда / Санкт-Петербурга и СССР / современной России, общался с первыми лицами города и государства, а потому на своих лекциях мог поделиться с нами тем, чего мы бы не прочли ни в одном учебнике.

Все обучающиеся и сотрудники нашей кафедры знают, что Валерий Константинович – не просто талантливый руководитель, а чуткий и понимающий лидер, который неравнодушен к чужим проблемам и всегда готов протянуть руку помощи тем, кто в этом нуждается. Также ни для кого не секрет, что в любых спорных ситуациях он будет неуклонно отстаивать интересы своих студентов и коллег.

Для академического сообщества Валерий Константинович – заслуженный деятель науки и почетный работник высшего профессионального образования, а для нас, воспитанников кафедры социологии и управления персоналом, – уважаемый и любимый наставник.

С юбилеем Вас, Валерий Константинович! Горжусь, что мне посчастливилось войти в число Ваших учеников.

**КОЛЛЕКТИВ
СТАРЫХ ДРУЗЕЙ И КОЛЛЕГ
(всего 57 подписей)**

Поэтическое приветствие друзей

*Сегодня минуло полвека совместного труда
Как с нами трудится, живет
Пример достойный человека
Чья жизнь прекрасна, как полет.*

*Когда страна через потемки
Рвалась к великому труду
Держал фрезу В.К. Потемкин.
Держал достойно – на виду!*

*И чтобы труд ЭКОНОМИЧНЫЙ
Дарить народу своему
Решил учиться «НА ОТЛИЧНО»
Чтоб быть Ученым самому.*

*Своей мечты он не оставит.
Он прям, он образован, строг.
ДРУГИХ учиться он заставит!
Ученый Русский, педагог.*

*Не чужды беды и лишения
Народа РУССКОГО ему.
Мечты не чужды и сомненья -
Он друг народу своему.*

*Друзей подмога настоящих
В минуту нужную крепка!
Она – в трудах его блестящих.
Трудах Потемкина В.К.*

*Она и в лекциях завидных,
Где есть и юмор, и предмет,
Она – в учениках солидных,
Что скоро весь увидит свет.*

*Соратника и друга
Мы поздравляем
И долгих лет в науке
Мы желаем.*

ИНТЕРВЬЮ С ПРОФЕССОРОМ ВАЛЕРИЕМ КОНСТАНТИНОВИЧЕМ ПОТЕМКИНЫМ

Валерий Константинович, Вы известный и уважаемый человек в профессиональном сообществе, основатель научной школы, наставник 96 кандидатов наук и 19 докторов наук, заслуженный деятель науки Российской Федерации. Вместе с тем, Вы человек не публичный, в открытом доступе в сети сотни Ваших научных работ – монографий, научных статей, учебно-методических изданий, но очень нелегко найти факты Вашей биографии. Доступные биографические справки начинаются с того, что в 1974 году Вы окончили Ленинградский финансово-экономический институт имени Н.А. Вознесенского. А какую роль сыграла в выборе профессии Ваша семья, родители? Как складывались Ваши школьные и детские годы?

Вы правы, в моем профессиональном становлении и формировании гражданской позиции ведущую роль сыграла Семья. Мой Папа - Потемкин Константин Павлович, родился в самом начале прошлого века, и его жизнь началась с защиты государства Российского. Он прошел три войны и всегда был на передовых позициях. В период с 1941 по август 1944 он был защитником блокадного Ленинграда, причем в самый тяжелый момент для города он был на Невской Дубровке. Папина жена и 1,5-годовалая дочь погибли, а дочь Виктория, учащаяся Вагановского училища, выжила благодаря поддержке местными органами власти русской балетной школы. Что такое Невская Дубровка? На одном м2 земли около 100 кг осколков неразорвавшихся снарядов и мин. Один из снарядов взорвался практически у ног моего Папы, его засыпало землей и только по сапогам солдаты смогли определить место, где находился под землей мой Папа и удалось его откопать. Сильнейшая контузия: не слышал, не видел, не говорил. Через Ладогу Папу вывезли на Большую землю и отправили на лечение в Иркутск, где, с учетом образования, полученного в ЛПИ, в Юридическом институте Москвы и учебы в Академии красной профессуры ему предоставили работу в техникуме, который в наше время стал вузом. Моя Мама Лидия Сидоровна уроженка 1-й станицы Куйтунского района Иркутской области, внучка политкаторжан, которые в 1905 году были высланы в Сибирь. 1-й муж моей мамы погиб в первые месяцы ВОВ и она, оставшаяся с двумя детьми, работала на лесоповалах, ходила на охоту не только на пушного зверя, но и на медведей. Совершенно не случайно два человека-бойца нашли себя. В 1948 году, когда стало возможно вернуться в Ленинград, создалась новая семья. К этому времени квартира моего Папы уже была заселена, и им была предоставлена комната по месту работы Папы в ЛФЭИ.

В 1952 году в числе 25-тысячников Папа был направлен директором совхоза «Кузьминское» Новгородской области, где за 1,5-2 года из убыточного сельского хозяйства за счет внедрения семейного подряда и стимулирования труда не трудодней, а реальных денежных средств при реализации сверхплановой продукции на потребительских рынках совхоз стал передовым предприятием. А далее руководитель института повышения квалификации в Горьком, пенсия и забытье. Одна из дочерей стала солисткой театра оперы и балета имени им. С.М. Кирова. Другая после окончания ЛГИТМиКА драматической актрисой сначала Мурманского облдрамтеатра, а затем и нашего Александринского. Брат после службы в СА окончил СЗПИ и работал в геологоразведке.

Я же родился и окончил ЛФЭИ им. Н.А. Вознесенского. Был в числе сорванцов-детей преподавателей института.

Наша семья и наш институт дали возможность почувствовать, что такое свобода мысли, любовь к Родине, любовь к людям, которые тебя окружают, любовь к своей профессии. Прошло уже 50 лет после окончания института и сейчас помню каждого преподавателя, каждый «уголок», где мы играли, учились, занимались спортом.

Вы достаточно быстро стали самостоятельным, начали трудовую деятельность, которую первое время совмещали с обучением в университете. Поделитесь, пожалуйста, какими принципами и ценностями Вы руководствовались в те годы? Кто был для Вас идеалом, нравственным авторитетом?

В 1966 году я окончил 235 школу Октябрьского района Ленинграда. Она была с подготовкой по специальности радиста-оператора. В настоящее время это школа имени Д.Д. Шостаковича. И этому переименованию было свое начало. Под руководством преподавателя Е.А. Линда мы организовали клуб «Мы за прекрасное», нашли всех живших музыкантов, исполнявших в блокадном городе Седьмую симфонию Д.Д. Шостаковича, организовали “интеллектуальный” клуб КВН, капитаном которого меня избрали ребята. Одновременно я отвечал за радиорубку. В перемены и после учебы были лекции по искусству, истории России и Ленинграда, тематические встречи.

Директором школы был П.М. Макаров. Такое впечатление, что он просто наш старший товарищ, слышит нас, направляет на хорошие дела, беспокоится о каждом и старается помочь в разрешении “непоняток”. Учитель физики был заслуженный учитель РСФСР В.А. Колчин - это тот, кто днем был в блокадном Ленинграде на передовой, а ночью в подвалах разрушенных домов учил детей физике и математике. Обществоведение вела у нас классный руководитель С.Ф. Балод. Благодаря её материнскому влиянию на нас практически все стали приличными людьми.

Поступить в Вуз на дневной факультет у меня не было возможности, только на вечерний, и с 10 сентября 1966 я начал работу на предприятиях города. Что касается принципов и ценностей? Это любовь к Родине, надежность, ответственность, не забывчивость о тех, кто дал мне возможность быть тем, кем я стал. Моим идеалом и нравственным авторитетом всегда был и остается мой Папа - Потёмкин Константин Павлович! Прежде чем подойти к подготовке какого-то научного проекта, книги, статьи всегда смотрю на его портрет в моём кабинете и задумываюсь о том, как бы он поступил, с чего бы он начал.

Вся Ваша жизнь непрерывно связана с институтом имени Н.А. Вознесенского. Ваш Папа, Константин Павлович Потёмкин, работал здесь профессором, Ваше детство прошло во дворе этого университета, как Вы иногда упоминаете - «я здесь родился». С 2001 года Вы вновь в Университете – в качестве заведующего кафедрой и руководителя научно-педагогической школы. Расскажите, пожалуйста, каким был университет в советское время по Вашим воспоминаниям?

Начну со столовой. На столе белые скатерти, вазочки для цветов. Почему это для меня памятно? В свои 2-3 года бегал в преподавательскую столовую, где меня Папа подкармливал. Мои сверстники были детьми преподавателей разных кафедр и это давало возможность каждому из нас побывать друг у друга в гостях. Кстати, до 1964-1966 гг. на дверях нигде не было замков. На ночь квартиры закрывались изнутри на крюк. Если на территории института, что-то забыл или положил, то на следующий день там все и найдешь.

Двор убирала четыре работника, старшая из них тетя Маруся Прохорова. В снежную зиму уже в 6 утра двор был чист. На лист фанеры складывали чистый снег и за веревки вывозили к каналу и сбрасывали вниз. Мы, дети, всегда помогали. Зимой строили в круглом дворе горки, заливали катки, а в летние месяцы устраивали турниры по футболу, баскетболу, волейболу.

Именно здесь я и родился. С уважением отношусь к первому ректору И.М. Гречко, с которым познакомился, когда они с моим папой иногда лепили пельмени и пели под балалайку русские народные песни. Второй ректор, с кем был знаком, Ю.А. Лавриков стал моим оппонентом по докторской диссертации, которую я защищал в 1989 году в ИЭ АН СССР на диссертационном совете академика Л.И. Абалкина. Третий ректор в моей жизни

стал Л.С. Тарасевич, который использовал инструмент выдергивания меня из Института проблем региональной экономики РАН (ранее ИСЭП АН СССР и РАН). Последним, надеюсь, ректором, с которым меня свела судьба, стал И.А. Максимцев, объединивший под своим началом сразу три ведущих университета нашего города.

Особо хочу сказать о декане вечернего отделения А.С. Трушине, который для меня стал наставником на протяжении всех лет обучения (кстати, средний балл 4,62). Ветеран ВОВ он являлся для нас всех источником побуждения к учебе, вникал в наши учебные и внеучебные ситуации, был нашим и моим наставником. Нам было у кого учиться, среди наших учителей Л.И. Жуков, Б.М. Генкин, Г.М. Романенкова, В.М. Романовский, А. Семченко, В.Ф. Цага и др. О встречах с каждым из них как в аудиториях, так и во время внеклассных встреч, о них можно писать как о нестандартных личностях, профессионалах, людях, чистых и нравственных.

В 1989 году Вы защитили диссертацию на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности экономика, планирование и организация управления народным хозяйством и его отраслями в диссертационном совете Института экономики АН СССР. Тема Вашей докторской диссертации «Проблемы управления развитием коллективных форм организации труда в промышленности». Было бы интересно узнать о подготовке этой работы, выборе темы, защите диссертации.

Сразу вспомним семейный подряд, внедренный в начале 50-х моим Папой в деятельности совхоза «Кузьминское» Новгородской области. И это не случайно. Мой Папа знал «Капитал» К. Маркса практически наизусть. И к этому вопросу подошел как политэконом. Я же, в свою очередь, в рамках программы научных исследований «Пятый том важнейших экономических проблем АН СССР» имел возможность провести исследования на нескольких десятках предприятий, используя методiku, которую апробировал еще в начале 70-х годов. Тогда я начал с определения экономики времени за счет кооперации, профессиональных и межпрофессиональных взаимодействий персонала различных производственных, творческих и закончил инновационными коллективами при решении стратегических общественно значимых задач. К дате защиты я уже был руководителем подразделения РАН, которое создал выдающийся ученый В.А. Ядов и идеи которого не только я разделял, но и пытался быть реализатором в общественной практике. Официальными оппонентами моей диссертации стали Б.З. Мильнер - Первый замдиректора ИЭ АН СССР, Ю.А. Лавриков - ректор ЛФЭИ им. Н.А. Вознесенского, а ведущей организацией - Институт труда, которым руководил Е.Г. Антосенков. Полагаю, что им не было за меня стыдно.

С 1982 Вы работали директором научного центра в Институте социально-экономических проблем АН СССР и РАН. В этот период в Ленинграде интенсивно развивались отечественные социологические школы и Ваша профессиональная жизнь начиналась в среде выдающихся ученых среди которых Владимир Александрович Ядов, Владимир Романович Полозов, Борис Максимович Фирсов, Борис Дмитриевич Парыгин и другие. Расскажите, как формировались взаимоотношения в социологической среде того времени? Чем Вам запомнились эти годы?

После работы на предприятиях научно-производственного комплекса Ленинграда у меня были основания для самореализации своих профессиональных компетенций уже на другом уровне обобщений процесса развития общественных отношений. Так, я был избран старшим научным сотрудником третьего отдела, отдела В.А. Ядова. К сожалению, многие представители управленческой элиты тогда и сейчас не разделяют мнения Владимира Александровича о том, что идеология является формой духовной деятельности общества,

которая нуждается не в отторжении этого феномена из общественной жизни, а в описании событий, их объяснении, углубленном понимании постоянно видоизменяемой социальной реальности. А это, в свою очередь, определяет и структуру, содержание и последствия социальных действий контактных, локальных и глобальных коллективов и общностей. К сожалению, в студенческой среде слышали, но не читали и не руководствуются в осмыслении своей профессии работой «Человек и его работа в СССР и после». Эта книга, этот учебник нужен не только зрелым людям, но и в школах, начиная с 7-8 классов. В этот период осуществляется выбор жизненной позиции и профессиональный выбор. Неформальное наставничество со стороны Владимира Александровича, научная совместимость взглядов на процессы общественного развития позволяет утверждать, что именно он стал определяющим на многие годы вперед в моем научном творчестве.

Известно, что Борис Дмитриевич Парыгин является одним из основоположников социальной психологии в нашей стране. Разработанные им основы социально-психологической теории подчеркивают необходимость восприятия принципов и методов общения между представителями различных научных школ, экономических, социальных, научно-технических, организационно-правовых, экологических с целью нахождения общей конструкции общественных трансформаций в самых различных видах деятельности. Борис Дмитриевич, исследуя процессы формирования социально-психологического климата на предприятиях и в организациях, обосновал видение 35 моделей, каждая из которых влияет на поведение индивидов и коллективов, является созидательной и разрушающей. В современных условиях применения информационных и цифровых технологий моделирование СПК создает условие программно-целевого развития коллективов, придания стратегии деятельности предприятий подлинно инновационного типа.

Борис Дмитриевич был чемпионом ЛГУ по самбо, что характеризовало его как человека целевой ориентации, многоаспектности и последовательности социальных действий.

В работах Владимира Романовича Полозова мы видим его оригинальный, научно-обоснованный взгляд на процессы социального планирования предприятий, регионов, страны в целом. Доказано, что любая стратегия, любая деятельность без учета социальных ожиданий, предпочтений работников становится трудно реализуемой. Как следствие необходимо в любой деятельности начинать с социального воспроизведения человека как такового, а все остальное как инструмент его обеспечения. Иначе по Тейлору, Форду и др. человек - это винтик к средствам труда. Источником понимания социальных ожиданий людей является работа Владимира Романовича «Природа философских ценностей», а также «Проблемы изменения социально-экономической структуры общественного труда».

Проводимые нами исследования дополнялись результатами изучения общественного мнения в ситуациях общественных, производственных и экономических трансформаций. У истоков этой работы были Борис Максимович Фирсов и Борис Зусманович Докторов. Заметим, что результаты изучения общественного мнения со стороны властных структур воспринимались критически и отвергались. И это вместо того, чтобы учесть в последующем временном цикле различного рода кризисные ситуации, например, в поведении молодежной среды, в отношении различных групп населения к мигрантам, региональным выборам и т.п. Наши коллеги всегда подчеркивали, что социологию как науку создают люди, обладающие знаниями, умениями, навыками и, пожалуй, обладающие духовностью. Общественное мнение - есть мнение, с которым необходимо считаться и формулировать стратегии развития общественной среды с обращением внимания не на ситуативные изменения, а системно повторяющийся.

Что касается позиции социолога. Борис Зусманович по семейным обстоятельствам выезжал в США и был вынужден осваивать новую экономическую и культурную реальность, начиная с официанта, помощника заправщика на АЗС, одновременно приобретая новые знания в колледже и достигая своего научного признания совершенно в другой

общественной и научной реальности. И как здесь не вспомнить необходимость формирования таких качеств по В.А. Ядову как саморегуляция и социальное прогнозирование поведения.

Вы всегда с большим уважением и почтением отзывались о Владимире Александровиче Ядове, с которым долгое время работали вместе, знакомите с его работами своих учеников. В сети сохранились интервью с Владимиром Александровичем, видеозаписи. И было бы интересно услышать, чем лично Вам запомнился В.А. Ядов, какую роль он сыграл в Вашей жизни? Поделитесь Вашим опытом взаимодействия с ним.

Владимир Александрович - это научная глыба, эрудит, Человек, который без остатка отдает себя творчеству, своим отношением к людям вдохновлял учеников к правде, научной правде, был доступным к встречам, беседам, обсуждению научных проблем, без каких-либо таинств, был и в моем сердце остается другом.

Несмотря на широкие возможности уйти в политическую сферу, Вы остались верны науке и образованию, что повлияло на Ваше решение?

Мой Папа Потемкин Константин Павлович в 30-40-е годы был дружен с Вознесенским Николаем Алексеевичем и очень переживал о том, что с ним случилось в начале 50-х. Папин брат работал в Совмине и в те же годы по политическим основаниям не принял нас, когда мы приехали к нему в гости. Кроме того, он, несмотря на свою профессиональную роль в сфере образования и общественно политическую деятельность, уже к 60 годам находился, если можно так сказать, в забвении.

В конце 80-х рассматривался вопрос о работе в Совмине в качестве заместителя Председателя правительства, ответственного за экономику. В тот же период я был избран членом Ленинградского областного комитета КПСС и вел активную работу по социально-экономическому развитию города и области, был руководителем группы ученых города по разработке Концепции выхода страны из политического, экономического и социального кризиса. Эта концепция иногда вспоминается и через 35 лет и, что интересно, ее отдельные части находят свою интерпретацию в программных документах правительства России и ведущих партий страны.

И важно отметить, что идущие во власть люди - это уже другие люди, обладающие определенным дресс-кодом. Я же свой человеческий код менять не хочу.

С 2001 года по настоящее время Вы являетесь заведующим кафедрой социологии и управления персоналом Санкт-Петербургского государственного экономического университета. До этого Вы многие годы были заведующим филиалом кафедры «Стратегический менеджмент» в Санкт-Петербургском государственном политехническом университете им. Петра I. Вы приняли предложение стать заведующим кафедрой в непростое посткризисное время, когда в сфере высшего образования происходили структурные изменения. Сейчас кафедра является одной из самых известных и конкурентных в Санкт-Петербурге, каждый год выпускает бакалавров по 2 программам, магистрантов по 4 программам, аспирантов. Какой была кафедра до Вас, какие были курсы, образовательные программы? Расскажите, пожалуйста, с чего Вы начали свою деятельность в качестве заведующего, как формировали коллектив и как удалось достичь таких значимых результатов?

Л.С. Тарасевич напомнил мне, что мой Папа работал в университете, я в нем учился, учились две моих дочери, которые впоследствии стали кандидатами экономических наук и

сказал, что университет - это мой дом и я нужен университету. Кстати, два моих внука также учились и учатся в университете.

Да, видимо дом, в котором я родился, почти 20 лет жил - это моя Судьба.

Последовательно удалось получить лицензию на образовательную деятельность по специализации «Управление персоналом»; понять, что хочет каждый работник; привести сослуживцев к осознанию того, что они сами формируют свою профессиональную судьбу; создать творческую среду для совместной работы, причем среду комфортную; поставить цели завоевания научно-общественного пространства; активизировать работу по созданию инновационной модели формирования новых знаний; определить зоны ответственности каждого сотрудника. И потом - догоняйте меня, вот он я.

Все остальное делает коллектив кафедры.

Валерий Константинович, только за последние 5 лет по специальности «социология управления» в Санкт-Петербурге защитили кандидатские диссертации 3 Ваших аспиранта и еще у одного Вы были консультантом. Это 4 из 5 защит по данной специальности в Санкт-Петербурге за эти годы. В современных условиях, когда, к сожалению, количество защит по этой специальности остается на крайне низком уровне, такой результат впечатляет. В чем, на Ваш взгляд, состоят положительные и негативные тенденции в развитии и воспитании молодого поколения ученых-социологов?

И легко и сложно ответить на Ваш вопрос.

Передо мной лежит книга «Наука и религия» Б.Н. Чичерина (1901). Что я вижу на странице IX: Никогда еще не было такого всеобщего шатания, такого умственного мрака, как именно теперь. Сильная мысль, крепкие убеждения, высокие характеры становятся редкостью. Практические вопросы еще способны приковывать к себе людей; теоретически интересы отошли на задний план и возбуждают умы лишь настолько, насколько в них выражается та или другая практическая тенденция. И далее в более жестких фразах. И что еще сказать.

В одном из своих интервью-лекций В.А. Ядов говорил о упадке научных школ социологов. Его фраза «наверное, они где-то остались». Как следствие, необходимо формировать предметно-целевые межвузовские научные школы, имеющие, например, такую базу, как СПбГЭУ. И опять же целевое финансирование, независимое от В.О.Потанина или Г.О. Грефа.

Вы являетесь главным редактором Российского научного журнала «Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований». Журнал имеет многолетнюю историю, с каждым годом развивается и остается важным пространством для научного диалога многих школ и поколений, в который вовлечены представители всех федеральных округов Российской Федерации, а также ученые других стран – Белоруссии, Казахстана, Армении. Расскажите, пожалуйста, как развивается журнал сегодня, какие темы исследований наиболее востребованы?

Наш журнал является предметно-ориентированным и имеет свою научную аудиторию, объединяющую несколько десятков представителей различных научных школ от Калининграда до Хабаровска. Создана школа молодых исследователей. За последние три года молодежь: студенты БАК, МАГ и аспиранты опубликовали более 120 научных статей, каждая из которых направлена на улучшение общественно-производственных ситуаций общественного развития страны.

При наличии финансирования мы готовы на основе журнала создать научно-консультационный экспертный центр, а также молодежный центр по исследованию общественного мнения.

Что касается меня лично, то я увлечен дальнейшей разработкой теории человекоориентированного управления предприятиями и организациями. Думаю, что в этом вопросе мне поможет и мой внук Максим, который провёл исследование процессов развития человеческого потенциала в производственных системах и успел опубликовать монографию «Человеческий потенциал в системе корпоративного управления». - СПб.: Изд-во «Инфо-да», 2024. - 140 с.

Валерий Константинович, если позволите, немного о личном. Вы – коренной петербуржец в нескольких поколениях, родились и выросли в Ленинграде. Какие места детства и юности наиболее дороги для Вас?

В территориальном контексте - это Центральный и Адмиралтейский районы Санкт-Петербурга. В юном возрасте я был ребенком «Эрмитажа», куда под руководством художника Коренева ходил на зарисовки и лекции. Также не пропускал спектакли в БДТ, театре им. В.Ф. Комиссаржевской, Александринском театре, в театре Оперы и балета имени С.М. Кирова (ныне Мариинский). Если было время 2-4 часа, то обязательно бывал в Эрмитаже, либо Русском музее. Но самое дорогое место – это место моего рождения дом 30/32 по каналу Грибоедова, 2-ой этаж, аудитория 205.

Вы щедро делитесь со своими учениками книгами и материалами из Вашей личной библиотечной коллекции. Зачастую, это ценные и редкие издания, которые не найти в свободном доступе, нередко сопровождающиеся дарственной подписью от авторов. В современном цифровом обществе по-новому осознается ценность книжных коллекций. Расскажите, пожалуйста, о своей библиотеке, как Вы ее формировали?

В библиотеке насчитывается около 10 тысяч книг: научных, художественных, искусствоведческих, религиозных. Самая ранняя книга по методологии кования лошадей 1848 года. Недавно получил в подарок религиозную книгу примерно 15-16 веков, к прочтению которой еще не могу подойти. Важно примерно знать, где какая книга лежит и на какой полке. Очень помогает в работе. Жаль, что имеют место случаи, когда даю какую-то книгу почитать, а её не возвращают.

Валерий Константинович, коллеги, говоря о Вас, отмечают, что Вы – «бренд Университета», многогранная личность, признанный научный авторитет как в России, так и за рубежом, наставник для большой плеяды ученых, инициатор проектов, душа коллектива, харизматичный лидер! Становится очевидным, что за Вами следуют многочисленные единомышленники, Вашему профессионализму доверяют многие поколения ученых, которых Вы успешно объединяете в научной среде. Поделитесь, пожалуйста, какие идеи и проекты Вам хотелось бы реализовать в ближайшие годы, на чем сфокусированы Ваши научные и профессиональные усилия и интересы.

Думается, что эти эпитеты не к моей персоне. И ученики бывают разные: один сейчас и навсегда, другие - сопутствующие пока есть интерес и результат. Пожалуй, есть и третьи ученики - и чему-то Вы меня научили? Все в жизни бывает.

В настоящее время я в раздумье, что делать? 75 лет - говорят, стар, пора на покой. Переведем Вас на должность научного руководителя кафедры. Кафедра, тем самым, делится на не научного и научного руководителя. Пока не знаю, что это такое. 58 лет непрерывного стажа работы все знал, а зачем возрастные ограничения в творческой, научной и учебно-методической работе не знаю.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ И ДЕМОГРАФИЯ

DOI: 10.24412/1994-3776-2024-3-36-40

УДК: 316.77

Р.К. Тангалычева

ГЕНДЕРНОЕ НЕРАВЕНСТВО И НИЗКИЙ УРОВЕНЬ РОЖДАЕМОСТИ В ЮЖНОЙ КОРЕЕ: ОТ ТРАДИЦИИ К СОВРЕМЕННОСТИ

R. Tangalycheva. Gender inequality and low birth rate in South Korea: from tradition to modernity

Аннотация. Целью данной статьи является рассмотрение гендерного неравенства в Республике Корея, которое зиждется на глубоко укорененной в сознании конфуцианской идеологии. Внимание уделяется мерам правительства и общественных движений страны, ориентированным на достижение равенства прав и возможностей корейских женщин в современных условиях. Также речь идет о проблеме низкой рождаемости в Южной Корее, ставшей результатом, с одной стороны, высокого уровня экономического развития и высоких стандартов жизни людей, и, с другой стороны, все еще сохраняющихся патриархальных устоев в культуре общества.

Ключевые слова: Южная Корея, гендерное неравенство, патриархальные устои, низкий уровень рождаемости.

Контактная информация: 191124, Санкт-Петербург, ул. Смольного, 1/3; тел.: +7 (921) 556-10-09; e-mail: rimma98@yahoo.com

Abstract. The purpose of this article is to examine gender inequality in the Republic of Korea, which is based on Confucian ideology deeply rooted in people's minds. Attention is paid to the measures of the government and social movements of the country aimed at achieving equal rights and opportunities for Korean women in modern conditions. We are also talking about the problem of low birth rate in South Korea, which was the result, on the one hand, of a high level of economic development and high living standards of people, and, on the other hand, of the still existing patriarchal foundations in the culture of society.

Keywords: South Korea, gender inequality, patriarchal foundations, low birth rate.

Contact information: 1/3 ul. Smolnogo, Saint-Petersburg, 191124; tel.: +7 (921) 556-10-09; e-mail: rimma98@yahoo.com

На сегодняшний день Республика Корея построила одну из самых развитых экономик мира. В 2023 году страна была на 14 месте в мире по валовому внутреннему продукту (ВВП), рассчитанному по паритету покупательной способности (ППС), и на 12 месте по номинальному ВВП. По данным МВФ ВВП на душу населения (по ППС) страны вырос с 2169 долларов США в 1980 году до 53736 долларов США в 2022 году [14]. Тем не менее некоторые стороны южнокорейской жизни до сих пор остаются достаточно традиционными, и прежде всего это касается положения женщин в семье и обществе.

В рамках семейного права, основанного на конфуцианской идеологии, глава семьи – старший член семьи мужского пола – имел власть над всеми остальными членами корейской семьи. Полномочия главы семьи включали опеку над детьми и владение имуществом в случае развода брачных партнеров, а также поддержание семейной родословной по мужской линии (в то время как женская линия семьи в родословной не учитывалась). Конфуцианство

Тангалычева Румия Кямилевна - доктор культурологии, кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социологии культуры и коммуникации Санкт-Петербургского государственного университета
R. Tangalycheva - Doctor of Culturology, PhD in Sociology, Associate Professor, Department of Sociology of Culture and Communication, St. Petersburg State University

© Тангалычева Р.К., 2024

требовало от женщин подчинения мужчинам: отцу в молодости, мужу в браке и сыну в старости. Мужчинам предписывалось быть кормильцами и добытчиками, ответственными за материальное благополучие и статус семьи, а женщинам – хранительницами семейного очага. Конфуцианство базировалось на иерархии в отношениях между людьми, а не на индивидуальной свободе человека. Оно поддерживало гендерную организацию общества, в рамках которой не только мужчины, но и сами женщины признавали свое подчиненное положение на уровне культурного кода, бессознательно.

После образования в 1948 году на Корейском полуострове двух независимых государств – Республики Корея и КНДР – наметился переход от традиционного аграрного к современному индустриальному обществу, что в свою очередь привело в Южной Корее к мощным сдвигам во всех сферах общественной жизни, в том числе и в положения женщин. Согласно Конституции 1948 г. женщины уравнивались в правах с мужчинами, детство и материнство находились под защитой государства. С этого периода началось активное включение женщин во все сферы жизни общества. Процессы индустриализации, быстрые темпы развития южнокорейской экономики способствовали тому, что все большее число женщин оказалось задействованным в производственной деятельности. Если в 1965 г. их численность составляла 37,2%, то в 2007 г. данный показатель достиг 50,2% [7, с. 133].

В 1961–1979 годы при режиме генерала Пак Чонхи, автора «корейского экономического чуда», сложилась стратификационная пирамида, в которой в нижнем слое оказались 70–75% населения. Бедняками, составлявшими в тот период подавляющее большинство в южнокорейском обществе, становились сельские жители, фактически экспроприруемые при помощи низких цен на сельскохозяйственную продукцию, и низкооплачиваемые рабочие в урбанизированных промышленных зонах, мирившиеся с тяжелыми условиями труда и быта [8, с. 202]. В те времена Южная Корея имела репутацию страны с самой продолжительной рабочей неделей в мире и самым высоким уровнем несчастных случаев на производстве. И несмотря на то, что женщинам полагалось выполнять главным образом домашнюю работу, они были активно вовлечены в процессы индустриализации и работали на фабриках по производству электроники, текстиля, одежды и в пищевой промышленности. Они трудились в ужасающих условиях (например, жили в общежитиях прямо на производствах, где одними и теми же матрасами пользовались две смены женщин непрерывного производства). Молодым работницам, приехавшим из сельской местности, платили низкую заработную плату, и они часто подвергались сексуальным домогательствам [9].

Современная Южная Корея известна как общество, в котором после мощного экономического подъема и роста благосостояния населения произошла демократизация социальной и культурной жизни. Демократизация корейского общества, набравшая обороты с 1980-х годов, привела к отмене и ослаблению многих патриархальных норм семейных и гендерных отношений. Принятие в 1988 году «закона о равноправии полов» и официальная отмена в 1992 году дискриминационных ограничений означали серьезные изменения в отношении к работающим женщинам [6, с. 324].

Республика Корея сумела добиться заметных успехов на пути к гендерному равенству. Благодаря планомерной реализации политической линии, начатой еще в 1990-е годы, все большее число женщин включилось в политическую, экономическую, общественную жизнь страны. Идея о равенстве полов, существенное увеличение числа образованных женщин, возрастающее число женщин, достигших успеха в карьере, привело к тому, что конфуцианское представление о подчиненной роли женщины в наши дни уже не пользуется былой популярностью, прежде всего среди самих женщин [7, с. 137]. Очевидным успехом гендерной политики в середине 2000-х годов стало появление на политическом олимпе Республики Корея новой звезды – Пак Кынхе, дочери президента Пак Чонхи. Именно она в 2012 г. начала президентскую гонку и смогла одержать победу на главных выборах страны.

Однако ее президентские полномочия были приостановлены в результате голосования по процедуре импичмента, состоявшегося 9 декабря 2016 года в парламенте Южной Кореи. 10 марта 2017 года Конституционный суд Южной Кореи единогласно утвердил импичмент, после чего полномочия президента были прекращены. 30 марта 2017 года арестована по обвинению во взяточничестве, злоупотреблении властью, а также передаче секретной информации людям, не являвшимся госслужащими [2].

Начало XXI века стало временем серьезного пересмотра гендерных ролей и отношений в Южной Корее. По состоянию на 2005 год число женщин составило 23,65 миллиона, что на 30 000 больше, чем мужчин (23,62 миллиона). Таким образом, впервые с 1944 года в стране было зарегистрировано больше женщин, чем мужчин. Согласно публикации газеты «Чосон Ильбо», это случилось потому, что стало менее популярным традиционное представление «о том, что сыновья предпочтительнее дочерей, и увеличением числа пожилых женщин» [4]. Женщины получили гораздо лучшие возможности в области семейного права, права на работу, равный доступ к здравоохранению и образованию.

Несмотря на определенные успехи, согласно отчету Всемирного экономического форума (WEF), в 2023 г. Южная Корея занимала 105 место в мире (из 146) по уровню обеспечения гендерного равенства – 0,680 балла. Из четырех рассматриваемых в рейтинге ключевых областей Республика Корея показала худшие результаты по участию женщин в экономике и предоставляемым им возможностям [12].

Начиная с 2018 года под воздействием неолиберальных идеологий западного типа в Республике Корея был проведен ряд радикальных феминистских демонстраций против женоненавистнических практик, наиболее заметными из которых является движение «За освобождение от корсетов». Это движение состоит в основном из женщин, которые стремятся бросить вызов общепринятым стандартам красоты в южнокорейском обществе [9]. Кореянки выступают против использования декоративной косметики, окрашивания волос и косметических процедур (все эти практики весьма популярны в Южной Корее и приносят огромные доходы корпорациям). Стандарты красоты рассматриваются феминистками как инструменты дискриминации женщин и укрепления их второстепенной роли в обществе. Подобные демонстрации получили широкую поддержку, и десятки тысяч молодых кореянок выходят протестовать против предвзятых стандартов в их отношении. Радикальные феминистки проводят постоянные дебаты с корейскими мужчинами, недовольными «обратным сексизмом» из-за обязательной военной службы в Республике Корея. Также молодые корейцы настаивают на оправдании некоторых известных корейцев-мужчин, обвиненных в сексуальных домогательствах. В эти дебаты был втянут и предыдущий президент Республик Корея Мун Чжэин, который сказал, что «такие проблемы, как горечь среди женщин, будут разрешены только тогда, когда мы сможем заставить убедить их в том, что мы особенно уважаем чувства стыда и достоинства, связанные с женской сексуальностью» [9]. Многие корейские женщины остались недовольны заявлением президента и утверждали, что он сможет решить проблему женоненавистничества, если будет продолжать рассматривать женские демонстрации как выражение «горечи». Нынешний президент Юн Сокёль известен как сторонник более консервативных взглядов на вопросы гендерного равенства – накануне своих выборов он заручился поддержкой антифеминистов [1].

Как видим, многие патриархальные нормы оказались глубоко встроенными в социальные институты и практики, определяющие гендерные отношения в Южной Корее в наши дни. Вследствие неравенства в семье южнокорейские женщины выходят замуж позже и рожают меньше детей. В отчете Центра стратегических и международных за 2007 год отмечается, что в настоящее время в Корее коэффициент рождаемости ниже, чем в любой развитой стране и самый низкий уровень участия женщин в рабочей силе - 60% для женщин в возрасте от 25 до 54 лет по сравнению с 75% в США и 76% в ЕС. Доля корейских женщин,

которые полагают, что «необходимо» иметь детей, снизилась с 90% в 1991 году до 58% в 2000 году. В 1970 году средний возраст женщин, вступающих в первый брак, составлял 23 года, а к 2005 году 28 лет [11]. В 2020 году в Республике Корея была зафиксирована самая низкая рождаемость в мире — суммарный коэффициент составил 0,81 [3].

В 2024 году Комитет по вопросам низкой рождаемости и старения общества опубликовал результаты опроса на тему восприятия брака, рождения и воспитания детей, проведенного среди лиц в возрасте 25–49 лет. Как выяснилось лишь 61% респондентов намерены или планируют вступить в брак, 22,8% не хотят жениться / выходить замуж вовсе (причем среди таковых больше представительниц прекрасного пола). В числе основных причин ответов в пользу «свободной» жизни» 78,2% назвали отсутствие подходящего партнера, 75,5% необходимость накопления достаточного для свадьбы объема денежных средств, 54,2 % опасения на предмет изменений в распорядке своей личной жизни после брака, 42,9% учебу или работу. Среди главных причин отсутствия желания вступить в брак были названы: дополнительные заботы и бремя работы по дому, рождения и ухода за детьми, обеспечения семьи – 91,2%, отсутствие потребности в браке – 88,8%, финансовый фактор – 80,8% (среди женщин 92,6% озабочены домашними делами и детьми, в то время как 88,9% мужчин обеспокоены дополнительным финансовым бременем). 29,7% корейцев не планируют иметь детей. Основные доводы против детей связаны со сложностями с беременностью, рождением и уходом за младенцами – 40%, зрелый возраст – 15%; расходы на ребенка – 12,7%, сложные социальные условия – 10,9%. 88,8% женщин хотят продолжить экономическую и трудовую деятельность после родов (в категории 25–29 лет 92,8%).

78,3% опрошенных считают недостаточным текущие 10 дней, предоставляемых супруге по беременности и родам. 90,8% оценивают как неэффективную текущую политику по борьбе с низкой рождаемостью. В числе мер, способствующих решению этой проблемы, названы следующие: введение системы свободных отпусков по уходу за ребенком – 81,9%, формирование культуры равного участия мужчин и женщин в уходе за детьми – 77,6%, создание благоприятной культурной среды, поддерживающей воспитание детей – 76,4% [5].

Согласно результатам другого исследования – Корейской ассоциации здоровья и благосостояния населения, финансовое бремя и высокие расходы являются главной причиной устойчивого падения рождаемости в Республике Корея. Такого мнения придерживается подавляющее большинство респондентов в возрасте от 20 до 44 лет – 96%. Они полагают, что правительство должно разделить затраты родителей на воспитание и уход за детьми, а также взять на себя ответственность за обеспечение адекватными жилищными условиями – так считают 69%. 20,3% предлагают возложить часть расходов на работодателей.

В числе других аргументов против заведения детей фигурируют (если допустить несколько ответов): жесткая конкуренция в обществе – 88,8%, препятствие для построения карьеры женщинами – 77,6%, ограничение свободы родителей – 72,8%. При этом 21,3% одиноких женщин и 13,7% мужчин заявили о нежелании в целом заводить детей.

Вместе с тем, доводы в пользу заведения детей таковы: духовный рост и развитие – 92,3%, дети – это радость всей жизни – 83%; поддержание стабильных супружеских отношений – 82,7%. Результаты исследования созвучны с выводами другого исследования, проведенного пекинским Институтом изучения населения Юго-Восточной Азии. Согласно полученным данным, затраты на воспитание ребенка в Южной Корее названы самыми высокими в мире. В докладе указано, что общие расходы на эти нужды в Республике Корея (воспитание ребенка до 18 лет) в 7,79 раза превышают показатель ВВП на душу населения. На втором месте находится Китай – в 6,3 раза. Для сравнения, в Австралии в 2,08 раза, в США в 4,11 раза, в Японии в 4,26 раза [13].

Таким образом, гендерное неравенство и высокие расходы на содержание семьи, и особенно детей, стали главными причинами низкой рождаемости в Южной Корее.

Стоит заметить, что, согласно российским исследованиям, заметным новым трендом в современных обществах становится улучшение показателей рождаемости и даже многодетность в семьях, где оба родителя ориентированы на профессиональную деятельность и карьеру. В эгалитарных семьях супруги гораздо более сбалансированно расходуют время на оплачиваемую занятость, ведение домашнего хозяйства и уход за детьми – как между собой, так и между этими видами деятельности. Представители таких семей обладают более высокими доходами и уровнем образования по сравнению с представителями патриархального типа. Оказалось, что в семьях с гендерным равенством между родителями дети находятся в более выигрышном положении в сравнении с детьми из семей с гендерной специализацией. У эгалитарных родителей есть возможность уделять больше времени детям [10].

Известный кореевед А. Н. Ланьков, обращаясь к вопросу гендерного неравенства в Южной Корее отмечает, что с 2020-е годов в Корее разворачивается третий этап феминизма с присущими ему современными западными идеями [6, с. 320-321]. Однако решение проблемы занятости женщин и выравнивания заработной платы с мужчинами происходит не по причине борьбы за права, а по причине изменения демографической ситуации. Старение населения и низкая рождаемость неизбежно ведут к дальнейшей модернизации общества – к повсеместной занятости женщин во всех сферах экономики, повышению их заработной платы и, в конечном итоге, гендерному равенству. И это в свою очередь, на наш взгляд, может стать направлением для улучшения ситуации с рождаемостью и воспроизводством населения в Республике Корея.

Литература

1. Антифеминист стал президентом Южной Кореи. Что ему помогло? / URL: <https://the-steppe.com/novosti/antifeminist-stal-prezidentom-yuzhnoy-korei-chto-emu-pomoglo> (дата обращения: 24.06.2024).
2. В Южной Корее арестовали экс-президента страны Пак Кын Хе (30 марта 2017) / <https://www.interfax.ru/world/556171> (дата обращения: 24.06.2024).
3. В Южной Корее зафиксирован рекордно низкий коэффициент рождаемости / URL: <https://regnum.ru/news/society/3677985.html> (дата обращения: 12.10.2022).
4. Женщин больше, чем мужчин, впервые с 1945 года. Чосон Ильбо, 25.05.2006. – URL: http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2006/05/25/2006052561013.html (дата обращения: 24.06.2024).
5. Каждый четвертый неженатый человек говорит: «Я не хочу жениться»... Мужчины: «Экономическое бремя». Женщины: «Ролевое бремя». – URL: https://www.news1.com/view/?id=NISX20240502_0002721753 (2024.05.02) (дата обращения: 24.06.2024).
6. Ланьков А. Н. Корея: рывок в современность. Новосибирск: Издательство ИАЭТ СО РАН, 2021.
7. Ланцова И. С. Гендерные аспекты демократического транзита в Республике Корея. Вестник СПбГУ. Серия 6 «Политология. Международные отношения». 2013. Вып. 4. С. 133-138.
8. Модернизация Кореи: политика, экономика, общество, культура: коллективная монография / отв. ред. Р. К. Тангалычева. – М.: ВЦИОМ, 2022.
9. Феминизм в Южной Корее – Feminism in South Korea / URL: https://ru.wikibrief.org/wiki/Feminism_in_South_Korea (дата обращения: 24.06.2024).
10. Калабихина И. Е., Башкирова К. Ю., Борисенко Я. И. Помогает ли гендерное равенство в благополучии многодетных семей? / Вестник Института экономики Российской академии наук. 2022. № 5. С. 77-96.
11. Gender equality: Korea has come a long way, but there is more work to do. URL: <https://www.oecd.org/country/korea/thematic-focus/gender-equality-korea-has-come-a-long-way-but-there-is-more-work-to-do-8bb81613/> (дата обращения: 24.06.2024).
12. Global Gender Gap Report 2023 (World Economic Forum. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2023.pdf (дата обращения: 24.06.2024).
13. Jun Ji-hye. 96% of young people perceive children as expenses: research. URL: www.koreatimes.co.kr/www/nation/2024/03/281_371450.html (дата обращения: 24.06.2024).
14. Report for selected countries and subjects. IMF. Архивировано 14 мая 2023 года. URL: https://www.imf.org/en/Publications/WEO/weo-database/2023/April/weo-report?c=542,&s=NGDP_RPCH,NGDPD,PPPGDP,NGDPDPC,PPPPC,PCPIPCH,LUR,LP,GGXWDG_NGDP,&sy=1980&ey=2028&ssm=0&scsm=1&sc=0&ssd=1&ssc=0&sic=0&sort=country&ds=.&br=1 (дата обращения: 24.06.2024).

С.Н. Лихачева

МИГРАЦИОННЫЕ УСТАНОВКИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ

S. Likhachova. Migration attitudes of students and their impact on labor resources development

Аннотация. Рассматриваются миграционные установки студентов на материалах социологического исследования, проведенного в Могилевской области. Отмечается, что миграция протекает не всегда равномерно, а это вызывает необходимость ее изучения, особенно социальных аспектов, рассмотрении в комплексе экономических, демографических, этнографических, правовых процессов. Различный уровень потребностей, их неодинаковая удовлетворенность являются важнейшей предпосылкой формирования потенциальных мигрантов.

Ключевые слова: трудовые ресурсы, студенческая молодежь, трудовая миграция, миграционные установки, миграционная политика.

Контактная информация: 212024, Республика Беларусь, Могилев, Космонавтов ул., д. 1; тел.: (+375) 29-612-49-45; e-mail: lihacheva_sn@mail.ru

Abstract. The article examines students' migration attitudes based on the materials of a sociological study conducted in the Mogilev region. It is noted that migration does not always proceed uniformly, and this necessitates studying migration, especially its social aspects, considering it in a complex of economic, demographic, ethnographic, and legal processes. Different levels of needs and their unequal satisfaction are the most important prerequisites for the formation of potential migrants.

Keywords: labor force, student youth, labor migration, migration attitudes, migration policy.

Contact information: 1 Kosmonavtov st., Mogilev, 212024, Republic of Belarus; tel: (+375) 29-612-49-45; e-mail: lihacheva_sn@mail.ru

Интерес к миграционным процессам вызван тем, что миграция населения тесно связана со многими сторонами жизни общества, в частности, безработицей или нехваткой кадров, и имеет многочисленные социальные последствия. Исследование миграционных процессов вызвано также потребностями научного управления трудовыми ресурсами, их воспроизводства и рационального размещения. Учет миграционных процессов, их прогноз дают возможность оптимально планировать развитие производства и социальной сферы.

Многогранность такого объекта управления, как трудовые ресурсы, сложность их воспроизводства и использования требуют учитывать не только количественную, но и их качественную характеристику, которая выражается в целом ряде социально-экономических показателей, например, в общеобразовательном и культурном уровне, профессиональной подготовке, уровне ответственного отношения к трудовым обязанностям и др. Молодежь – основной источник пополнения трудовых ресурсов. Задача максимально эффективного приложения ее сил требует повышения уровня ее профессиональной подготовки, более тесной увязки обучения с практической деятельностью, последовательной профориентации.

Трудовая миграция представляет собой территориальную мобильность, когда человек покидает свое место жительства в пределах или за пределами страны с целью трудоустройства. Л. Л. Рыбаковский выделяет три возможных подхода к включению в миграцию различных видов территориального движения населения. Во-первых, под

Лихачева Светлана Николаевна - кандидат социологических наук, доцент, заведующий кафедрой политологии и социологии Могилевского государственного университета

S. Likhachova - Candidate of Social Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Political Science and Sociology, Mogilev State University

© Лихачева С.Н., 2024

миграцией понимается все многообразие пространственного движения населения, независимо от его характера и целей. Во-вторых, в миграцию включают пространственное перемещение между населенными пунктами, которое ведет к постоянной или временной смене места жительства, а также представляет собой регулярное двустороннее движение между местом жительства и сферой труда или учебы. В-третьих, к миграции относят такой процесс пространственного движения населения, который в конечном счете ведет к его территориальному перераспределению [8, с. 21-22]. Исследователь в своей классификации миграций относит ее к целенаправленным [7, с. 14].

Будучи в общем процессом прогрессивным, миграция протекает не всегда равномерно, а это вызывает необходимость дальнейшего теоретического изучения миграции, особенно ее социальных аспектов, рассмотрении в комплексе социальных, экономических, демографических, этнографических, правовых процессов. Долгое время в качестве основной причины внутренней миграции рассматривались процессы урбанизации и индустриализации. Крупные города становятся более привлекательны для мигрантов из сельской местности, чем населенные пункты, где образ жизни близок к сельскому, что свидетельствует о многоструктурности социальных ориентаций мигрантов, существенно зависящих и от их ценностных ориентаций. Процесс увеличения городского населения за счет сельского – явление закономерное, но темпы роста численности городского населения должны быть экономически целесообразными. Число мигрирующих из села, с одной стороны, должно соответствовать потребностям экономики в рабочей силе в городах, а с другой – не создавать напряжения в сельской местности. Нередко фактически перемещение сельского населения в город часто происходило в значительно больших размерах, чем того требовали интересы городов и сел.

В последние десятилетия заметное влияние на социально-экономическое развитие страны и ее трудовые ресурсы оказывает внешняя миграция. Международная миграция трудовых ресурсов регулируется Законом Республики Беларусь от 30 декабря 2010 г. № 225-З с изменениями и дополнениями «О внешней трудовой миграции». Настоящий Закон устанавливает порядок выезда граждан Республики Беларусь для трудоустройства за границу, привлечения иностранной рабочей силы в Республику Беларусь и определяет правовые нормы защиты трудящихся-мигрантов [5].

По данным обследования домашних хозяйств по проблемам занятости населения, проведенном белорусскими исследователями в 2020 году, численность граждан, работавших за пределами республики (не менявших своего постоянного места жительства), составила 86,7 тыс. чел. (1,8% от общей численности занятых в экономике). Из общей численности внешних трудовых мигрантов 67% работали в Российской Федерации. Более половины (53,6%) от выезжающих на работу за границу составляют граждане в наиболее активном трудоспособном возрасте 25-39 лет [6, с. 16].

Личностные мотивы миграции как постоянно действующие факторы оказывают непосредственное влияние на социальное содержание и на интенсивность миграционных процессов. Эти факторы можно назвать личностными, поскольку они включают в себя множество индивидуальных ситуаций и мотивов, которые могут стать решающими на фоне общей экономической ситуации. Отмечается взаимосвязь между уровнем образования и культуры людей, с одной стороны, и их мобильностью – с другой, поскольку повышение уровня образования означает расширение круга потребностей, а их неполное удовлетворение оказывает влияние на принятие решения о перемене места жительства. Исследователи предлагают следующую трактовку миграционных установок: «миграционные установки формируются знанием о миграционном опыте окружающих людей, транслируемой в их среде миграционной мотивировкой, а также личной готовностью и предрасположенностью к изменению места жительства» [4, с. 434].

Различный уровень потребностей, их неодинаковая удовлетворенность являются важнейшей предпосылкой формирования потенциальных мигрантов. Потенциальные мигранты – это прежде всего молодые люди с более высоким образовательным уровнем, с более высокой по сравнению с остальной этой возрастной группой территориальной мобильностью. Однако большинство мигрантов связывают свой переезд с теми или иными вопросами трудоустройства, с возможностью работать по специальности, с получением более интересной работы, с повышением своей квалификации, с более высокой оплатой труда. Это говорит о преобладании оснований экономического характера для переселения. Вместе с тем часть мигрантов переселяются по личным мотивам: стремление учиться дальше, желание приобрести профессию, улучшить культурно-бытовые и жилищные условия, устроить свою личную жизнь и др.

Деятельность по управлению миграционными процессами в современных социально-экономических условиях связана со стремлением общества обеспечить целенаправленное влияние на них, чтобы свести к минимуму стихийность. Это зависит от двух групп факторов: 1) от социально-экономических и политических возможностей эффективного управления миграцией населения и 2) от наличия научного знания об этом управлении.

В настоящее время исследователи отмечают, что в Республике Беларусь рост естественной убыли населения и сокращение компенсаторной функции внешней миграции населения в последние годы, привели к уменьшению численности населения страны [1, с. 178]. Многие наши соотечественники, разочаровавшись в экономических перспективах, пытаются улучшить своё материально-бытовое положение посредством миграции в другие страны. Создание условий для самореализации в том числе в трудовой деятельности, повышение материального благосостояния является основным направлением миграционной политики, которая тесно связана с молодежной политикой. «Миграционная политика не может быть самостоятельной, она должна быть системной и подчиняться решению других политик – демографической политики и политики в области занятости населения. В отношении демографической политики белорусского государства миграционная политика должна быть направлена на предупреждение демографических угроз и формирование типа воспроизводства населения, соответствующего решению и обеспечению национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь» [3, с. 48].

Как показало исследование жизненных установок и приоритетов студенческой молодежи, проведенное отделом социологических исследований и информационно-аналитической работы КИУП «Информационное агентство «Могилевские ведомости»» среди студентов учреждений высшего образования в Могилевской области в 2023 г. (выборка составила 560 человек), у определенной части студентов присутствуют миграционные установки.

В настоящее время немало беспокойства вызывает проблема миграции из нашей страны на уровне регионов. В количественном отношении она не имеет массового характера, но в качественном выражается в отъезде высококвалифицированных специалистов, что сказывается на состоянии трудовых ресурсов, обеспечении кадрами экономики и социальной сферы.

Миграционные настроения определяются как склонность того или иного индивида к территориальному перемещению для решения своих жизненно важных проблем. При этом главным базовым элементом возникновения миграционных настроений выступает недовольство своим уровнем жизни, материальным положением, политической, экономической ситуацией в стране [2, с. 49]. Проведенное исследование показало, что миграционные настроения имеют достаточно широкое распространение в студенческой среде. Практически половина в той или иной степени готовы уехать из страны на постоянное место жительства (см. рис.).

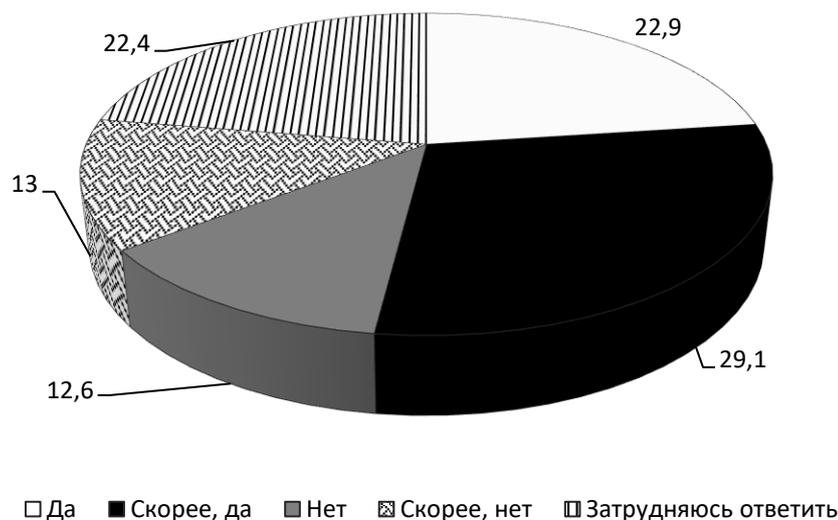


Рисунок. Распределение ответов студентов на вопрос: «Хотели бы Вы уехать за границу на постоянное место жительства?», %

Для максимально точного выявления причин желания уехать из страны навсегда потенциальные мигранты были выделены в отдельную группу, и распределение мотивов отъезда оказалось следующим: (см. табл. 1)

Таблица 1. Распределение ответов студентов на вопрос о мотивах отъезда за границу

Варианты ответов	%
Более высокий уровень жизни (зарплаты, пенсии, пособия)	83,6
Больше возможностей для карьерного роста, ведение бизнеса	55,2
Более высокий уровень медицинского обслуживания	29,3
Более высокий уровень образования	23,3
Соблюдение прав человека, законодательство	20,7
Социальная защищенность, стабильность	19,8
Не нравится нынешнее правительство, политика, проводимая властями	16,4
Затрудняюсь ответить	2,8

Таким образом невысокие материальные доходы являются главным миграционным мотивом, отставание доходов приводит к желанию попробовать начать жизнь в другой стране. На втором месте оказались перспективы карьерного роста и ведения бизнеса. Также среди часто называемых причин оказались вопросы социальной сферы: не устраивает уровень медицины и социальной защищенности, нет ощущения социальной стабильности, не всех устраивает уровень образования. Недовольство политической системой не оказалось в числе первостепенных причин и на это указывает 16,4% желающих уехать.

Как показало исследование, собирающихся выезжать из страны в ближайшее время оказалось немного (см. табл. 2).

Таблица 2. Распределение ответов студентов на вопрос «Планируете ли Вы выехать за границу в ближайшие полгода/год? С какой целью?», %

Варианты ответов	Общее распределение	Те, кто хотел бы уехать из страны
Да, с целью постоянного проживания	3,1	6,0
Да, на постоянную работу	1,8	3,4
Да, на временную работу	1,3	1,7
Да, временно, с целью получения образования	0	0
Да, с целью путешествий или отдыха	15,7	19,8
Планирую, но пока нет возможностей	15,2	25,0
Нет, не планирую выезжать	61,4	42,2

Таким образом, намерения куда-либо уехать у многих носят декларативный характер, связаны, на наш взгляд, с нежеланием активно менять свою жизнь, если что-либо не устраивает, прикладывать усилия к обеспечению собственного благополучия. Установка на отъезд из страны мешает построению реалистичных планов на карьеру, семью, социальное обустройство своей жизни.

Социально-экономические сложности в стране создают немало затруднений в реализации планов и устремлений, поэтому у определенной части населения возникает желание решить свои проблемы каким-либо кардинальным способом, в том числе поменять работу, уехать на заработки в другую страну и даже поменять место жительства. На формирование миграционных настроений может оказывать влияние семья и ближайшее окружение человека. Исследователи КИУП «Информационное агентство «Могилевские ведомости»» провели опрос жителей малых городов (от 5 до 20 тыс. жителей) Могилевской области летом 2024 г., в которых проживает 148 518 человек, что составляет 18,7% от городского населения области. Очевидно, что городское население концентрируется преимущественно в крупных и средних городах, однако малые выполняют не менее важные административные, социально-экономические, социокультурные функции, в том числе и для сельского населения. Также важно отметить рассредоточенность малых городов по территории и их особую значимость для жителей в отдаленной от крупных населенных пунктов местности. Однако их демографические перспективы, судя по настроениям населения, не являются обнадеживающими (см. табл. 3).

Таблица 3. Распределение ответов жителей малых городов на вопрос о предпочитаемом будущем месте жительства для их детей (имеющихся или будущих), %

Варианты ответов	Общее распределение	До 30 лет	От 30 до 49 лет	От 50 лет и старше
Остались проживать в Вашем населенном пункте	13,8	8,9	10,3	22,3
Получили образование и вернулись на малую родину	14,0	14,3	16,2	10,0
Получили образование и переехали в другой населенный пункт	43,3	33,9	50,4	34,6
Переехали в другую страну на постоянное место жительства	2,9	12,5	1,7	0,8
Затрудняюсь ответить	26,0	30,4	21,4	32,3

Наиболее распространенной моделью поведения своих детей в будущем жители малых городов видят получение ими образования и переезд в другой населенный пункт, и эта установка наиболее выражена в средней возрастной группе, где наиболее вероятно в настоящее время дети и подростки воспитываются. Ориентация детей на переезд в другую страну имеется незначительная, хотя среди молодежи она выше в несколько раз.

Миграцию можно считать характерной чертой нашего времени и найти ей много объяснений как социально-экономическому явлению в том числе. Однако важно четко оценивать негативные последствия для того, чтобы разрабатывать мероприятия по их предупреждению: 1) среди тех, кто имеет миграционные настроения, велика доля молодежи, получающей образование; 2) международная трудовая миграция также «молодеет»; 3) нередко молодые уезжают за рубеж не имея ни опыта работы, ни сложившихся профессиональных связей на родине, а это содействует возникновению установки на безвозвратную миграцию; 4) отъезд молодых людей обостряет не только кадровую проблему особенно в небольших населенных пунктах, но и ставит вопрос о преемственности поколений в производственной, научной и других сферах.

Миграционные процессы связаны с общественными и личными потребностями, которые обусловлены социально-экономическими, социально-политическими, демографическими, этническими, социально-психологическими факторами. Решающая роль в регулировании миграции принадлежит управлению социально-экономическими условиями жизни людей. В связи с этим задача управления заключается в том, чтобы создать благоприятные условия для развития трудовых ресурсов в первую очередь в тех отраслях и территориях, которые имеют первостепенное значение для социально-экономического развития страны. Чем дальше развивается общество в экономической, научно-технической и информационной сферах, чем выше потребности людей, молодежи, тем сложнее управлять миграцией, использовать ее как инструмент развития трудовых ресурсов.

Литература

1. Артюхин М.И., Пушкевич С.А. Роль внешней и внутренней миграции населения в обеспечении демографической безопасности Беларуси и ее регионов // Социально-экономическая география в XXI веке: новые реалии и практические возможности : материалы междунар. науч.-практ. конф., Респ. Беларусь, Минск, 19–20 нояб. 2021 г. / Белорус. гос. ун-т; редкол.: Е. А. Антипова (гл. ред.), А. П. Безрученок, А. В. Дыдышко. Минск: БГУ, 2022. С. 177–179.
2. Жакевич В. Д. Социологические методы изучения миграционных настроений // Социология. 2006. № 3. С. 49–56.
3. Злотников А.Г., Нилова Е.Е. Внутренняя миграция в демографических процессах регионов Беларуси // Потребительская кооперация. 2022. № 2(77). С. 41–48.
4. Латова Н.В. Миграционные установки и предпочтения российских специалистов в контексте концепции человеческого капитала // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2021. № 4. С. 429—450. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.4.1692>.
5. О внешней трудовой миграции: Закон Респ. Беларусь от 30 декабря 2010 г. № 225-3 с изменениями и дополнениями // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2022. URL: <https://etalonline.by/document/?regnum=Н11000225> (дата обращения 10.08.2024)
6. Привалова Н.Н., Станишевская Л.С. Национальные интересы и демографическая ситуация в Республике Беларусь // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. 2022. № 6. С. 4–16.
7. Рыбаковский Л.Л. Классификации миграции населения: основания и таксоны // Народонаселение. 2016. № 3. С. 4–16.
8. Рыбаковский Л. Л. Миграция населения: прогнозы, факторы, политика / Л. Л. Рыбаковский. — М.: Наука, 1987. — 200 с.

DOI: 10.24412/1994-3776-2024-3-47-54

УДК: 314

А.А. Ночевнова, Е.В. Потапова

**АНАЛИЗ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ «РАЗВИТИЕ
ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ И СЕМЕЙНОЙ ПОЛИТИКИ В ТВЕРСКОЙ
ОБЛАСТИ», В РАМКАХ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА
«ДЕМОГРАФИЯ»**

A. Nochevnova, E. Potapova. Analysis of the implementation of the Program «Development of demographic and family policy in the Tver region», within the framework of the national project «Demography»

Аннотация. В статье представлена информация о реализации государственной программы Тверской области «Развитие демографической и семейной политики в Тверской области на 2020–2025 годы», выступающей частью национального проекта «Демография». Проведено исследование в области осуществления данного проекта на территории Тверской области, в рамках поддержки семей с детьми. Приведены статистические данные, целевые показатели, общая информация о программе и даны рекомендации по решению выявленных проблем.

Ключевые слова: демография, национальные проекты, национальный проект «Демография», Тверская область, государственная программа.

Контактная информация: 170027, Тверь, Оснабрюкская ул., д. 34; тел.: +7 (919) 063-16-43; e-mail: anochevnova@gmail.com

Abstract. The article provides information on the implementation of the state program of the Tver region «Development of demographic and family policy in the Tver region for 2020–2025», which is part of the national project «Demography». A study was conducted in the implementation of this project in the Tver region, as part of supporting families with children. Statistical data, target indicators, general information about the program are provided and recommendations are given for solving identified problems.

Keywords: demography, national projects, national project «Demography», Tver region, government program.

Contact information: 34 Osnabrückskaya st., Tver, 170027; tel.: +7 (919) 063-16-43; e-mail: anochevnova@gmail.com

Самой масштабной мерой государственной демографической политики является национальный проект «Демография» [6], утвержденный Указом Президента «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года» [2].

Национальный проект «Демография» должен повлиять на достижение национальных целей и целевых показателей, а именно:

- сохранение населения, здоровье и благополучие людей;
- обеспечение устойчивого роста численности населения РФ;
- повышение продолжительности здоровой жизни до 67 лет;
- увеличение доли граждан, систематически занимающихся физической культурой и спортом, до 55%.

Для национальных целей при реализации данного национального проекта были разработаны пять сопутствующих федеральных проекта. Кроме того, в каждом регионе

Ночевнова Анна Алексеевна - студент Тверского государственного университета

Потапова Елена Владимировна - кандидат исторических наук, доцент кафедры государственной политики и управления Тверского филиала РАНХиГС

A. Nochevnova – student, Tver State University

E. Potapova - Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of the Department of Public Policy and Management, Tver branch of RANEPА

© Ночевнова А.А., Потапова Е.В., 2024

разрабатываются собственные региональные проекты [7]. Рассмотрим опыт Тверской области.

Главным администратором по реализации национального проекта «Демография» в Тверской области выступает Министерство семейной и демографической политики. Основным документом по реализации государственной поддержки семей с детьми в Тверской области являлась Государственная программа «Развитие демографической и семейной политики Тверской области» на 2020 - 2025 годы» [3]. Однако в 2024 году программа была актуализирована в связи с новыми социально-экономическими условиями и новыми нацпроектами. Теперь программа носит название «Развитие демографической и семейной политики Тверской области» [4]. В частности, были внесены следующие изменения: увеличен срок реализации и заменены два ключевых показателя. Однако в рамках исследования будет рассмотрена подробно «старая» программа, т.к. она уже достигла некоторых результатов, и новая программа не имеет серьезных отличий.

Целью государственной программы «Развитие демографической и семейной политики Тверской области» на 2020 - 2025 годы» являлась – реализация государственной демографической и семейной политики на территории Тверской области, повышение уровня жизни семей, имеющих детей; повышение рождаемости.

Для достижения поставленной цели были разработаны и реализованы следующие программы:

1. «Создание условий для улучшения демографической ситуации на территории Тверской области»;
2. «Создание условий для укрепления института семьи, повышения качества жизни семей, проживающих на территории Тверской области»;
3. «Совершенствование государственной политики по улучшению демографической ситуации и поддержке семей с детьми».

При их реализации планируется исполнить следующие задачи.

Увеличение количества многодетных семей (см. рисунок 1). Данная задача призвана повысить рождаемость в Тверской области. Согласно статистике в 2020 году в Тверской области проживало 12544 семей, в 2021 году их число увеличилось на 737; в 2022 – на 1418; в 2023 – на 1948. Несмотря на видимое увеличение многодетных семей, данные показатели отстают от плановых. В плане на 2023 года в Тверской области должно было быть 14771, что на 272 семьи больше, чем фактические значения. Таким образом, цели, заложенные программой, не достигнуты, это связано с пандемией COVID-19, дестабилизацией политической и экономической ситуации в стране и мире.

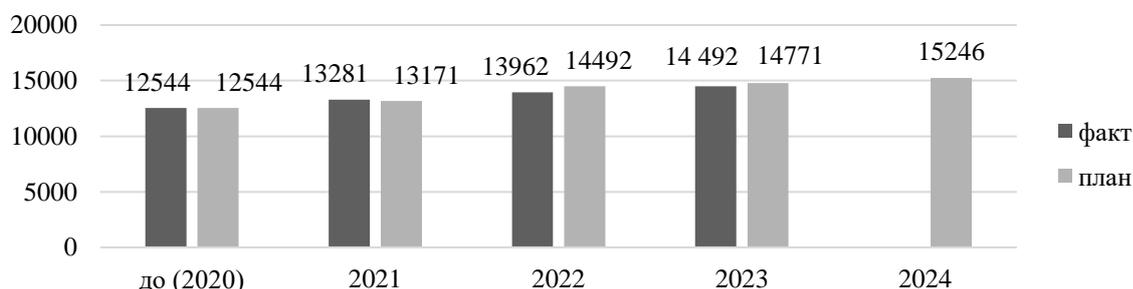


Рисунок 1. Увеличение количества многодетных семей

Увеличение доли населения в возрасте от 0 до 19 лет в общей численности населения Тверской области (см. рисунок 2). В 2020 году доля молодого населения составляла 20,8%, в 2021 году 19,5%; а в 2022 показатель снизился до 18,7%; однако в 2023 году данный показатель стабилизировался и даже немного вырос до 18,8%. Резкий скачок 2021 года связан с тем, что семьи, планирующие рождение ребенка, ждали лучшего момента, ввиду того, что период пандемии и ограничений не воспринимался как благоприятный и

безопасный для здоровья ребенка и будущей матери. Ситуация рождаемости несколько изменилась в последующий период, однако в дальнейшем показатели продолжили снижаться. В 2023 году данный показатель должен был достигнуть 20,6%, в то время как итоговый показатель отстает почти на 2%.

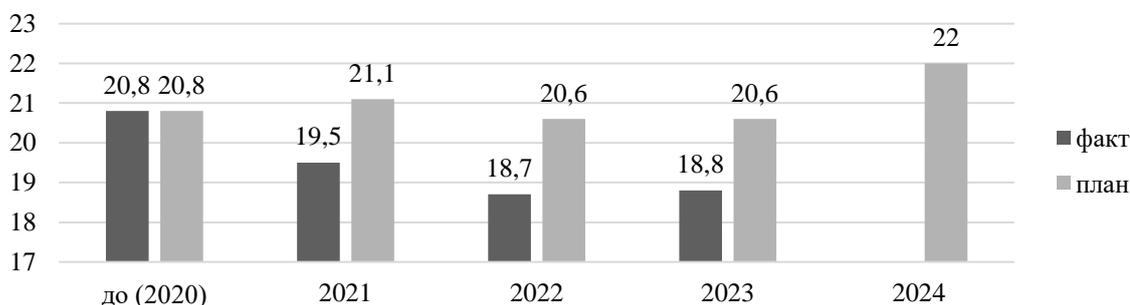


Рисунок 2. Увеличение доли населения в возрасте от 0 до 19 лет в общей численности населения

Снижение количества рожденных детей у женщин, не состоящих в зарегистрированном браке (см. рисунок 3). Данный показатель в 2020 году составил 20,4%; однако за исследуемый период он сохранил тенденцию роста, а не планируемого снижения. Так 2021 – 21,42%; 2022 – 21,6%; 2023 – 21,8%. В 2023 он должен был опуститься до 20,6%, что говорит об отклонении на 1,2%. Это все еще большое отставание, однако стоит отметить снижение разрыва между показателями, значит темпы роста снижаются и зарегистрированных браков становится больше.

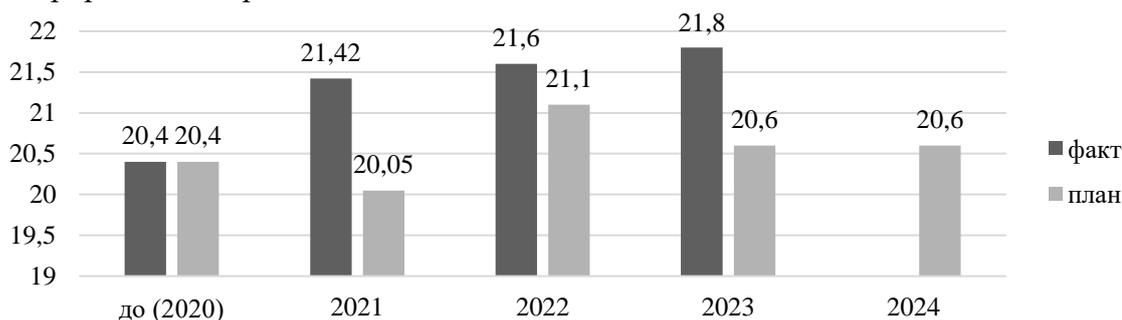


Рисунок 3. Снижение количества рожденных детей у женщин, не состоящих в зарегистрированном браке

Снижение коэффициента разводимости (см. рисунок 4). В 2020 году данный показатель составил 4,16%, в 2021 году – 4,11%; в 2022 – 4,6%; в 2023 – 4,5%. В 2023 данный показатель должен был достигнуть отметки в 4,4%; то есть отставание составляет всего 0,1%; но это сложно назвать хорошим результатом. Ведь интерес представляет 2022 год и резкий скачок данного показателя. Предполагаем, что пандемия COVID-19, карантин - отрицательно повлияли на семейные отношения, в т.ч. привели к разводам. Ведь после 2022 года тенденция опять направлена на снижения коэффициента разводимости.

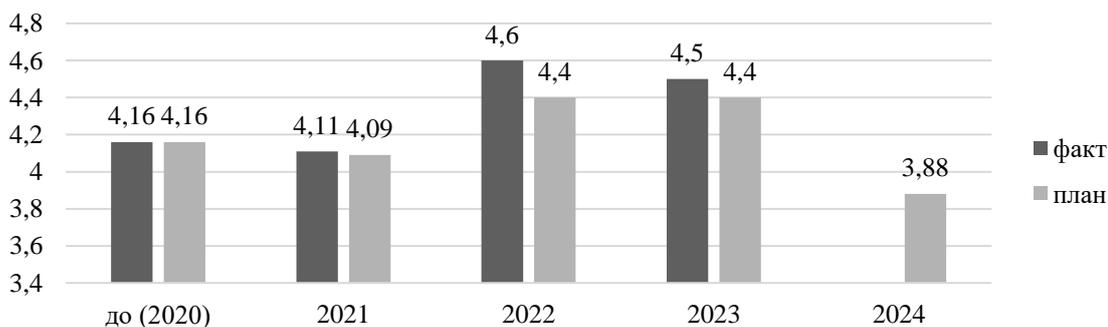


Рисунок 4. Снижение коэффициента разводимости

Исходя из анализа рассмотренных показателей можно сделать вывод, о стабильно сложной демографической и семейной ситуациях в Тверской области: доля молодого населения снижается, многие живут в «гражданском» браке и не стремятся заключать официальный, а созданные семьи распадаются и отказываются от идеи многодетности, многие молодые люди вообще не хотят заводить детей и предпочитают жить «для себя», а некоторые окончательно покидают Тверскую область. Для разрешения перечисленных проблем была сформирована Государственная программа.

По официальным данным [8], на текущий момент были достигнуты следующие результаты:

- многодетные семьи получают ежемесячную денежную выплату до момента достижения ребенком возраста 3 лет. В 2021 году было выплачено на 1365 пособий больше запланированного объема, однако в последующие 2022 и 2023 сформировалась тенденция на уменьшение выплат в целом, но производятся они все еще с небольшим превышением плана, что говорит о потребности населения в данной мере;

- активнее выдаются и используются свидетельства на региональный материнский капитал. В 2020 году материнский капитал выплатили на 231 семью меньше плана, в 2021 также меньше (но уже на 257 семей меньше), только в 2022 году плановые и фактические показатели выровнялись. Это может говорить о том, что ранее о такой мере было известно меньше или получить ее было сложнее, однако с 2022 года ситуация изменилась в лучшую сторону и в 2023 на 549 семей больше получили материнский капитал;

- живущие в сельской местности беременные женщины при необходимости получают адресную социальную помощь (например, проезд в районные и областные больницы). В 2020 году было запланировано 175 человек, но данной мерой воспользовалось на 95 человек меньше, однако в 2021 году был пик популярности данной меры за весь исследуемый период, самый высокий показатель в 410 человек, как плана, так и факта. После COVID-19 запланировано было 300 человек, но воспользовалось на 10 меньше;

- признанные малообеспеченными беременные женщины имеют право на получение ежемесячной выплаты на обеспечение питанием. В 2020 году было запланировано, что данная помощь понадобится 300 женщинам, но воспользовалось ей 430, в связи с чем на 2021 год было увеличено ожидаемое число до 836 в 2,7 раз больше, чем было ранее, кроме того данная цифра совпадает с фактом. В 2022 году последовало снижение показателей, как плана до 520, так и факта до 364, после чего в 2023 году план по данной мере снизили до 100, а факт составил 99. То есть идет постепенный отказ от реализации данной меры;

- для семей, воспользовавшихся ипотекой при расширении семей, предоставлены социальные выплаты. Данная мера выполняется точно согласно плана без отклонений в 2021 и 2022 годах и наблюдается рост потребителей, в 2023 году на 3 человека больше получили данную выплату, что говорит о росте популярности данной меры;

- новоиспеченным родителям вручаются подарочные наборы, состоящие из детских принадлежностей, книги стихов «Я родился!». В данной мере создается заранее запас подарочных наборов, а их вручение происходит в меньшем объеме, чем заложено наборов. В 2021 году из 9930 наборов было выдано 9347, в 2022 из 9930 наборов – 8778, в 2023 из 8595 наборов – 8346 выданы. То есть наблюдается снижение показателей по данной мере;

- семья, имеющая более пяти несовершеннолетних детей, обеспечиваются автотранспортом. В 2021 году план составил 117, но выдано было на 45 меньше, в 2022 году план составил 100, но выдано было на 70 меньше, в 2023 году план снизили до 46 и выполнили его. То есть данная мера не пользуется популярностью, возможно это связано с неинформированностью или сложностью получения;

- победителям регионального этапа всероссийского конкурса «Семья года» присуждается ежегодная денежная премия. Ежегодно с 2021 по 2023 год победителями и получателями данной меры стали 5 семей;

- организация и проведение ежегодного конкурса «Лучшее семейное подворье». Ежегодно с 2021 по 2023 год победителями и получателями данной меры стали 3 семьи;
- награжденные почетным знаком «Слава отца», выплачивается единовременное денежное поощрение. Ежегодно с 2021 по 2023 год награждено было по 6 человек;
- обеспечение школьной формой детей из многодетных семей. Данная мера полностью соблюдает плановые и фактические показатели, так в 2021 было предоставлено 13062 людям, в 2022 – 29838, в 2023 – 25019. Заметна популярность данной меры поддержки;
- изготовление памятных медалей «Родившемуся в Тверской области». В рамках данной меры так же было предусмотрено изготовление медалей заранее, в объеме, превышающем плановые и итоговые показатели. Так в 2021 году было изготовлено 11 642, а выдано 9356, в 2022 изготовлено также, а выдано 8 731, в 2023 изготовлено 10 300, а выдано 8 368. Наблюдается постепенное снижение показателей по данной мере, что также возможно связано с низкой информированностью населения о мерах поддержки.

При подробном рассмотрении указанных результатов и, соответственно, мер помощи тверским семьям, можно выделить несколько основных направлений: особое внимание к новорожденным детям, денежные выплаты и льготы, сплочение семей путем проведения совместных конкурсов, поддержка сельских семей, предметная помощь отдельным категориям, пропаганда создания многодетных семей. Однако показатели исполнения значительно отличаются, и по некоторым мерам можно говорить об их популярности и непопулярности, наибольшее количество мер было реализовано в 2021 году как постковидном, когда население особенно нуждалось в поддержке.

Таким образом, в Тверской области активно реализуется проект, направленный на поддержку семей, он включил в себя, как материальные меры, так и нематериальные меры, которые способствуют повышению количества детей, а также повышение устойчивости семей к внешним угрозам.

Одной из проблем является несовершенство мер поддержки семей с детьми. Несмотря на значительную сумму средств, выделяемых на реализацию Государственной программы, в рамках которой действуют, изученные выше, меры поддержки семей, целевые показатели которых за изученный период не были достигнуты. Это свидетельствует о низкой результативности мер поддержки. Такая ситуация ведет к снижению эффективности проводимой государственной политики и не в полной мере достижению ее целей, неэффективному использованию денежных средств, а также ограничению мер, которые действительно важны и пользуются спросом у граждан, на которых они и были направлены.

Хотелось бы обратить внимание на механизм предоставления некоторых мер поддержки, которые проходят через конкурсную процедуру и реализуются раз в год. Эффект от указанных мер систематически получают до 6 семей в год и к ним относятся такие конкурсные мероприятия: «Лучшее семейное подворье», «Семья года» и «Слава отца». Эти меры не оказывают должного влияния на демографическую ситуацию и качество жизни семей, а носят символический характер, так как они полезны только очень ограниченному кругу лиц. Так, за 2023 года на реализацию данным мер было потрачено 8635 тыс. рублей, которые можно было перенаправить на реализацию более эффективных и популярных мер поддержки семей с детьми.

Часть мер систематически не достигает своих плановых показателей, что приводит к понижению плана. Однако, несмотря на снижение плановых показателей, они и в последующем периоде не достигаются, что говорит о несостоятельности таких мер. К ним можно отнести следующие: признанные малообеспеченными беременные женщины имеют право на получение ежемесячной выплаты на обеспечение питанием; новоиспеченным родителям вручаются подарочные наборы, состоящие из детских принадлежностей, а также книги стихов «Я родился!»; семья, имеющая более пяти несовершеннолетних детей,

обеспечиваются автотранспортом; изготовление памятных медалей «Родившемуся в Тверской области».

Ежемесячная выплата на обеспечение питания беременных женщин не пользуется высокой популярностью в связи с высоким уровнем бюрократии при её получении. Беременной женщине необходимо собрать ряд документов в различных учреждениях, что не просто сделать, в их положении, нередко для этого приходится отстоять очередь. При этом, согласно статистике, в среднем женщина получает лишь 3,4 тыс. рублей благодаря данной мере. Таким образом, данная мера поддержки не оправдывает тех трудозатрат, которые необходимо потратить на её получение. Это объясняет статистику, согласно которой пользуются данной мерой лишь немногим больше 1% беременных женщин Тверской области.

Следующая мера, связана с вручением подарочных наборов новорожденному и, на наш взгляд, носит положительный характер, так как это не только проявление внимания к каждому рожденному ребенку со стороны Правительства Тверской области, но и материальная поддержка семьи. При этом стоит отметить, что в 2022 году был изменен состав набора и в нем уже 69 предметов, это довольно большой подарок, включающий как одежду, постельное белье, посуду, крема, электронные приборы, и прочее, в том числе открытку и фоторамку. Однако по ряду причин данная мера не может реализовать весь свой потенциал. В первую очередь – это сроки получения такого набора. Его можно получить на основании свидетельства о рождении ребенка и письменного заявления в орган власти. Свидетельство предоставляется до 5 дней от даты рождения, в это время у новоиспеченных родителей много забот в откладывание получения набора приводит к его ненужности. Откуда вытекает следующая причина – многие родители предпочитают заранее готовиться к рождению ребенка и заблаговременно покупают все необходимое, и к моменту рождения ребенка родители не нуждаются во многих предметах из набора.

Интересным является снижение числа получателей автотранспорта. Ведь для семьи с несовершеннолетними пятью детьми, он, казалось бы, необходим, особенно живущим в отдаленных от центра территориях. В этом случае также играет роль высокая бюрократия, ведь для получения данной меры поддержки необходимо собрать пакет из 11 документов, каждый из которых, зачастую, получить не просто. Так, например: необходимо прикрепить справку от Комиссии по делам несовершеннолетних о том, что дети не состоят на учёте, а это также сокращает число возможных получателей. Зачастую, многодетные родители уделяют большее внимание младшим детям, из-за чего им не всегда удаётся контролировать старших. В переходный период дети могут совершить какой-либо необдуманный поступок, что ограничит возможности получения данной меры поддержки, которая может быть необходима семье.

Памятная медаль воспринимается как не имеющая никакой практической значимости и сувенир, подтверждающий принадлежность к региону. Такая медаль выдается совместно со свидетельством о рождении ребенка и приветственным обращением Губернатора. При этом, в 2020 – 2023 годах на реализацию данной меры было выделено 18201 тыс. рублей.

Авторами предлагаются следующие пути совершенствования действующих в Тверской области мер поддержки семей с детьми.

Во-первых, для оптимизации финансирования предлагается объединение конкурсов «Лучшее семейное подворье» и «Семья года», хотя бы с целью снижения затрат на их организацию. В целом они носят схожий характер, возможно увеличить количество победителей и добавить призеров, градировать их по сумме чтобы удовлетворить большую часть населения данной мерой.

Во-вторых, предлагается отказ от реализации двух мер, таких как «Ежемесячная выплата на обеспечение питания беременных женщин» и «Вручение памятной медали, родившемуся в Тверской области». Данные меры предполагают существенные финансовые расходы, но не

пользуются спросом у населения, главного потребителя изучаемых мер. При отказе от них за год высвободится порядка 5 миллионов рублей. Данные средства рекомендуется направить на популярные меры, число получателей которых превышает план. Например, на выдачу регионального материнского капитала и выплат на ребенка до трех лет.

В-третьих, оставшиеся изученные меры, предлагается усовершенствовать, путем внесения в них изменений. Так подарочный набор новорожденному не пользуется популярностью, из-за позднего вручения и занятости новоиспеченных родителей ребенком. В связи с чем предлагается перенести возможность получения такого набора до рождения ребенка, например на сроке беременности от 6 месяцев. Так у родителей будет время на подготовку к родам и заботе о младенце, время на получение набора, его оценку и при необходимости докупку дополнительных предметов. В связи с чем увеличится число получателей данной мер поддержки.

Что касается получения автотранспорта, тут необходимо упростить и перепроверить на необходимость все требования к семье, получающей авто. Не все требования обоснованы, а сбор всех документов мучителен для родителей пятерых несовершеннолетних детей. Таких семей не так много, что требует особого внимания к ним и бережного отношения, кроме того, такие семьи чаще живут в сельской местности и транспорт им необходим.

Таким образом, предлагаются следующие основные направления совершенствования мер: снижение бюрократии при получении мер поддержки; упрощение получения поддержки; перепроверка требований к потенциальным получателям поддержки.

Претворение в жизнь предложенных мер, повысит эффективность мер поддержки семей с детьми и тем самым всей Государственной программы, увеличит число получателей таких мер, тем самым повлияет на качество жизни семей и их удовлетворенность, что в конечном итоге повлияет на демографическую ситуацию в регионе.

Литература

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с изменениями на 04.10.2022 г.) // Собрание законодательства РФ. 2020. № 31. Ст. 4398.
2. О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года: указ Президента Российской Федерации № 309 от 7 мая 2024 г. // Российская газета. – от 7 мая 2024 г., – №100 (9342).
3. О государственной программе Тверской области «Развитие демографической и семейной политики Тверской области» на 2020 - 2025 годы»: постановление Правительства Тверской области № 60-пп от 27 февраля 2020 г. (редакция от 29 декабря 2023 г.) // Газета «Тверские ведомости» от 11-17 марта 2020 г., – № 11.
4. О государственной программе Тверской области «Развитие демографической и семейной политики Тверской области»: постановление Правительства Тверской области № 51-пп от 15 февраля 2024 года // Газета «Тверские ведомости» от 21-27 февраля 2024 г. № 7.
5. О Положении о Министерстве семейной и демографической политики Тверской области: Постановление Правительства Тверской Области № 425-пп от 31 октября 2019 г. (редакция от 28 февраля 2023 г.) // Газета «Тверские ведомости» от 13-19 ноября 2019 г. № 46.
6. Иванов Л. А. Национальные проекты, как инструмент социальной политики государства / Л. А. Иванов, А. А. Ночевнова // Современные социальные процессы в контексте глобализации: Сборник материалов V Международной научно-практической конференции. 2023. С. 422-428.
7. Ночевнова А. А. Результаты реализации национального проекта «Демография» в Тверской области / А. А. Ночевнова // Экономика, управление, бизнес в современном мире: актуальные вопросы и перспективы развития: Сборник научных трудов по материалам VII Международной научно-практической конференции. 2023. С. 49-54.
8. Официальный сайт Министерства семейной и демографической политики Тверской области – URL: <https://minsemya.tverreg.ru/>

СОЦИОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ

DOI: 10.24412/1994-3776-2024-3-54-70

УДК: 316

В.К. Потемкин

СОЦИОЛОГИЯ КАК СИСТЕМООБРАЗУЮЩАЯ НАУКА О РАЗВИТИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

V. Potemkin. Sociology as a system-forming science about the development of human relations

Аннотация. В статье рассматривается применимость различных направлений социологии в современной интерпретации развития человеческих отношений: определяется предметно-деятельная характеристика социологии в решении общественно значимых задач, решаемых коллективами предприятий и организаций. Теоретически и эмпирически доказывается, что социология в период общественных трансформаций выступает как системообразующая наука о развитии человека и человеческих отношений.

Ключевые слова: человек, личность, человеческие отношения, общественное развитие, поведение, социальная среда, деятельность, социальные явления, социальные действия, коммуникации, взаимодействие, сознание, ценности, мотивы, социальное здоровье, инновации, социальные технологии, искусственный интеллект, социальная напряженность, качество жизни.

Контактная информация: 193023, Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д. 30/32; e-mail: dept.ksocupr@unecon.ru

Abstract. The article examines the applicability of various areas of sociology in the modern interpretation of the development of human relations: it defines the subject-activity characteristics of sociology in solving socially significant problems solved by teams of enterprises and organizations. It is theoretically and empirically proven that sociology in the period of social transformations acts as a system-forming science on the development of man and human relations.

Keywords: human, personality, human relations, social development, behavior, social environment, activity, social phenomena, social actions, communications, interaction, consciousness, values, motives, social health, innovations, social technologies, artificial intelligence, social tension, quality of life.

Contact information: 30-32 Griboedov Canal Emb., Saint-Petersburg, 193023; e-mail: dept.ksocupr@unecon.ru

Современный этап общественного развития обуславливает необходимость более детального рассмотрения социологии как науки, в которой предполагается описание всего многомерного поля, скрещивающихся модификаций политических, экономических, производственных и социальных процессов. В этой многомерности соприкасаются практически все направления социологической интерпретации происходящих в обществе преобразований.

Г. Зиммель, исследуя процессы общественного развития, отмечал особенность человеческого разума, обладающего способностью возводить устойчивые здания на зыбком, слабо оформленном в понятиях фундаменте и то, что психология не перестает быть точной наукой [44, с. 24-25].

Во многом данный вывод объясняется тем, что психологическое направление в социологии исследует различные методы взаимодействия, инстинкты и аффекты в человеческой деятельности, формируется «поведение взаимодействующих лиц» и, как

Потемкин Валерий Константинович – доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки Российской Федерации

V. Potemkin - Doctor of Economics, Professor, Honored Scientist of the Russian Federation

© Потемкин В.К., 2024

следствие, суть социологической науки интерпретируется как синтез всех социальных дисциплин.

В предметной среде социологии всегда прямо или косвенно фиксируется человек, различные формы его деятельности, поведения, социальные действия, социальное и профессиональное взаимодействие с другими людьми при решении общественно значимых задач. При этом учитываются потребности человека как своеобразного начала человеческой деятельности, оцениваются, описываются способности, которые обеспечивают ожидаемый результат и умение превращать эти способности в реальные поступки и действия. И действительно, роль человека в развитии системы общественных отношений определяется исходя из его предметной деятельности: «*homo politicus*» - политический человек, готовый активно участвовать в политической жизни; «*homo economicus*» - представляющий свои интересы в экономической деятельности для достижения поставленных целей; «*homo sociologicus*» - человек социологический, стремящийся к поиску рационального в системе общественных отношений; «*homo reciprocans*» - человек кооперативный, стремящийся к взаимодействию с различными представителями производственно-экономической деятельности; «*homo deviato*» - человек, признаками которого является отклоняющееся от признанных в обществе законов и норм поведение. В меньшей степени в развитии общественных отношений принадлежит психологическим аспектам человеческой деятельности. Психологические свойства этой деятельности, по утверждению Л. Уорда, побуждают инвалидов к различного рода поступкам, раскрывают мотивы их поведения в различных ситуациях общественного развития [35, с.119]. В социологическом исследовании психологическое направление позволяет представить себе общество во всей его целостности и динамике развития [6, с.17]. Можно здесь обратить внимание на позицию Элльвуда, который писал, что «общество мы можем определить, как группу индивидов совместно действующих, совместно живущих на основе психологического взаимодействия» [41, с.61]. Однако человеческая деятельность в различных сферах общественных трансформаций активно изменяет сущность и характера труда человека, определяя его предметность, конструирует такие качества личности, как самосознание, саморазвитие, самоорганизация, представляющих внутренний мир человека. По сути, социальные изменения в личности индивида отождествляются с психологическими процессами формирования поведения в различных общественных ситуациях.

Известно, что в России психологическое направление в социологии получило свое развитие в конце XX века благодаря работам П.Л. Лаврова и Н.К. Михайловского, которые рассматривали построение социологической теории на основе понятий и категорий коллективной психологии; обращение социологии к психологии индивида, интерпретации личности как члена коллективного организма, понимание мыслящей личности как основы социального прогресса [22; 18, с. 591]. Заметим, что личность по Н.К. Михайловскому выступает как общественный критерий прогресса и как его цель [21, с.59]. При этом он полагал, что личность в контексте развития общественных отношений целесообразно изучать на трех различных уровнях, а именно: социальном с точки зрения экономического разделения труда, системы его организации, сотрудничества и взаимодействия индивидов и коллективов; биологическом - в контексте «борьбы за индивидуальность»; психологическом, характеризуемом взаимодействием личности и масс. Пожалуй, впервые В.П. Воронцов обосновал необходимость объяснения происхождения сложных общественных отношений из более простых психологических [5, с.13], но при этом обращал внимание на такие процессы общественного развития как стихийные, бессознательные, целесообразные и сознательные. Его утверждение состоит в том, что процесс общественного развития невозможно определить без изучения психики человека, его роли в развитии социальных отношений и мотивов деятельности. В свою очередь П.И. Каблиц подчеркивал, что человек

познает окружающий его мир через ощущения, познание объективного и субъективного в его деятельности, участие в социальных, нравственных и эстетических процессах [38, с.31].

В предложенной Де Роберти социологии концептуально обосновывается два направления исследования: социологии как «естественной науки общества» и психологическое взаимодействие людей [9, с. 71, 78, 169-171]. Общественная жизнь, по мысли Де Роберти, вырастает из психологических процессов, которые реализуются в двух стадиях, а именно, формирования психофизиологических отношений и психологических взаимодействий индивидов, групп, коллективов в практической деятельности. По сути, здесь идет речь о коллективной психологии, которая способна стать подлинной основой социологии, так как все общественные явления есть в конечном счете духовные взаимодействия между отдельными людьми [9].

В процессах общественного развития Н.И. Кареев выделял такие как [14, с.40]: умственный - воспитание способностей к духовным интересам; нравственный - морально-этические и ценностные смыслы жизнедеятельности человека; политический - развитие свободы и государственного устройства; юридический - равенство как идеал справедливого общественного устройства, обеспечивающего всестороннее развитие всех членов общества; экономический - развитие солидарности и кооперации. Как нам представляется, важным в психологической интерпретации социологии стало утверждение Н.М. Коркунова о том, что психология не сводится к сознанию индивида, она представляет собой духовную деятельность человечества (подчеркнуто нами - В.П.) и подразумевают психологическую преемственность поколений [16, с.211].

Подлинно центральным понятием социологии Л.И. Петражицкий считает социальное поведение и его мотивы, импульсы, которые имеют психологический синоним – «эмоции», определяющие психотип человека в общественной жизни [24, с.96, 169].

Теорию социального поведения П. Сорокина также можно отнести к психологическому направлению социологических исследований хотя бы потому, что в ней как характер, так и устойчивость форм социального поведения основана на психологических механизмах рефлекторного типа [33], то есть на социально-экономических, юридических, организационных фактах человеческой деятельности.

С точки зрения К. Маркса общество следует рассматривать как объективное социальное бытие, которое является не суммой психических взаимодействий и не кристаллизовавшимся результатом этих взаимодействий, а предпосылкой, условием всех этих взаимодействий [20, с. 33, 34]. Как следствие, по мысли К. Маркса, производственные отношения как элемент общественного развития являются особым случаем психологического взаимодействия между различными профессионально- квалификационными и статусными группами работников и как всякое отношение между людьми, как существами, наделенными сознанием, может устанавливаться лишь при посредстве человеческого сознания.

Важный психологический аспект теории социологических исследований, определил Л. Гумплович, суть которого состоит в том, что стремления группы вполне независимы от чувств, мнений, склонностей и стремлений индивидов, не только играющих в обществе подчиненную роль, но и стоящих во главе его [7, с.321; 8, с.79]. То есть необходимо фиксировать различия в характере и содержании мотивов, ожиданий, ценностей, социальном и профессиональном поведении индивидов и групп, социальных действий по достижению поставленных целей в общественном развитии, свободы как способности действовать в соответствии со своими интересами и целями, опираясь на познание объективной реальности и необходимости. Небольшое отвлечение. По мнению Л. Гумпловича, «человеческая свобода есть свобода пойманного льва метаться в своей клетке и при всей своей свободе вместе с клеткой следовать за хозяином зверинца в его путешествиях по разным городам и странам».

Социология, по мысли А.С. Лаппо-Данилевского, является особой абстрактной обобщающей наукой, построение которой не может опираться, безусловно, на понятия

механики, физики или энергетике .. она имеет дело с особой психологической формой законосообразности, каузальности и необходимости, под которой понимается абсолютно безусловная цель, определяющая как структуру массовой человеческой деятельности, так и форму ее развертывания и реализации [19, с. 484]. В его интерпретации каждое сознательное или волевое действие человека невозможно представить иначе как социальное действие, направленное к достижению ожидаемой или определенной цели общественного развития. В этом же контексте можно рассматривать и утверждение Л. Уорда, по которому общество является по большей части бессознательным целым, действия его представляют собой результат соединенной деятельности его индивидуальных членов, но сами индивиды сознательно стремятся достигнуть своих личных целей при помощи своих способностей [35, с.119]. Руководствуясь ценностным понятием человеческой деятельности, представители Марбургской социологической школы отмечали в структуре социальных действий индивидов выраженную возможность достижения поставленных целей, без объективизации необходимости. Полагая, что область социологии есть область, безусловного достоверного в социальных явлениях Б.А. Костяковский все же обратил внимание на установление не столько «возможного» в развитии общественных отношений, сколько «необходимого» [17, с.300, 393]. Практически любое историческое событие в общественном развитии опирается на бесконечное множество социальных явлений, социальных действий, реализующихся как во времени, так и в пространстве, что становится объективно невозможным установление всех первопричин процессов общественного развития, а также необходимости при неопределенности их участников, структуры и содержании программных действий, ресурсов и систем организационного и информационного обеспечения. Кроме того, феномен возможности в достижении цели общественного развития не всегда соотносится с такими человеческими качествами, как, например, профессиональная пригодность, выражением которой является креативность, интеллект, инновационность, самоосознанность профессиональных и социальных действий индивидов.

В последние годы получила свое развитие описательная психология, основоположником которой стал В. Дильтей, обративший внимание на изучение психических процессов, в частности интеграции психологической науки в социально- культурную среду жизнедеятельности человека, а также его социально-духовную личностную сферу [10, с.28]. В этом контексте описательная психология предполагает изучение способностей личности в конкретной функционально-деятельной среде, анализ процессов интеллектуального развития, фиксацию социальных ожиданий и потребностей человека, его базовых и программирующих поведенческих установок. Описательная психология тем самым применяется в пяти основных сферах жизнедеятельности человека: трудовой или производственной, социокультурной, общественно-политической, бытовой и коммуникативной. Именно в этих сферах раскрываются и описываются свойства, раскрывающие динамические характеристики психологического состояния человека (эмоциональность, тем реакции, активность, пластичность, чувствительность) и формируется определенный стиль отношения к различным сферам жизнедеятельности человека и его поведение. Заметим, что усилиями А. Адлера [11] и Д. Узнадзе [34] в описательной психологии были выделены два процессорных направления: адаптационное и интеграционное.

Многообразие подходов к развитию психологической науки, думается, вполне оправдано. По мере восхождения исторического и индивидуального человека как творческой личности по ступеням зрелости формируется все более совершенные, телесно-духовные органы координации и регуляции творческого процесса. Духовным стержнем этих органов являются предельно обобщенные, познавательные и ценностные концепции, обеспечивающие не просто условия жизнедеятельности человека или социальной общности, но и управление их социальными действиями.

М. Вебер в своих работах, которые можно объединить как трактаты по общей социологии описал четыре типа социальных действий человека: рациональное поведение по отношению к цели; рациональное действие по отношению к ценностям; активные действия под влиянием настроения, сформировавшегося или возникшего спонтанно в результате восприятия социальной жизни; традиционные действия продиктованные обычаями, верованиями, традициями [3].

В дальнейшем М. Вебер обратил внимание на то обстоятельство, что, с одной стороны, сфера экономических явлений нестабильна, не обладает твердыми границами и, с другой, «экономические» аспекты явления отнюдь не обусловлены только «экономически» и оказывают не только «экономическое влияние», что вообще явление носит экономический характер лишь в той мере и лишь до тех пор, пока наш интерес направлен исключительно на то значение, которое оно имеет для материальной базы за существование [2, с. 360-361]. Характеристиками материальной базы являются рабочая сила, средства и предмет труда, а также системы планирования, организации и управления процессами производства средств, обеспечивающих жизнеобеспечение и жизнеспособность человека. При соединении социально-профессионального конструкта личности, в котором преобладают ее психологические свойства с экономическими обстоятельствами жизнедеятельности становится возможным программирование социально-профессионального поведения человека, групп и, возможно, поселенческой общности. Экономическая психология [32] способствует человеку осознать и реализовать свой трудовой потенциал, сформулировать осознанное социальное и трудовое поведение в коллективной деятельности, обеспечивает устойчивость профессиональных и межпрофессиональных коммуникаций, снижает уровень конфликтности в социально- трудовых отношениях и управлении, стабилизирует социальное самочувствие индивидов, фиксирует зоны ответственности за результаты производственной деятельности.

Скелетом общества и его структурных единиц, по мнению Т. Парсонса, должно стать нечто неподвижное, неизбывное, а именно нормативный порядок, в основе которого социальные нормы и узаконенные установления или признанный обязательным порядок, а также установленная мера труда, выработки [23]. Под нормативным порядком, видимо, следует понимать целостность общественных явлений в сфере труда и управления, характеризуемой структурированной связью между собой, целенаправленностью на решение общественно значимых задач, интегрированностью различных научных знаний в достижении результатов деятельности человека.

Социально-психологическое взаимодействие между индивидами, участвующими в различных видах деятельности и обладающих предметностью, все же определяется однородностью в чувствах, желаниях, мыслях, что в конечном счете формирует коллективное сознание, долженствование в осуществлении духовного и продуктивного сотрудничества в достижении поставленных целей. Как следствие, происходит ценностная детерминация человеческого поведения и структуризация его социальных действий.

При этом нельзя отрицать, что сложившаяся структура общественных отношений конкретизирует поведение индивидов и коллективов, фиксирует принципы и методы реализации общественно значимых и индивидуальных целей и мотивов их достижения. В марксистской идеологии процесс взаимодействия рассматривается в контексте с преобразованием природной среды, среды общественных коммуникаций и постоянно воспроизводимых социальных отношений. В зависимости от конкретных условий жизнедеятельности, жизнеспособности и жизнеобеспечения человека формируется по А. Фиркандту, психическая жизнь не только индивидов, но коллективов, создается так называемый «дух группы» с соответствующим коллективным сознанием [45, с. 345]. В коллективном сознании обусловленность и необходимость общественных трансформаций

наиболее полно проявляет себя гетерогения целей достижения результатов в жизнедеятельности, жизнеобеспечении и жизнеспособности человека.

Ф. Энгельс отмечал, что в общественном развитии «...имеется бесконечное множество перекрещивающихся сил, бесконечная группа параллелограммов сил, и из этого перекрещивания выходит один общий результат - историческое событие» [37, с. 345]. А.Фиркандт развил понимание социальных явлений, изучаемых социологами и психологами, и выдвинул важный принцип побуждения человека к созидательной деятельности, а именно «жизненные условия» [45]. И, действительно, не имея условий жизнеобеспечения (жилье, комфортная среда обитания, доступность различного рода услуг и т.п.) трудно говорить о побуждении человека к эффективной созидательной деятельности.

Стивен Р. Кови подчеркивал, что достижение успеха в производственной деятельности во многом зависит от того, как преодолевается пробел между установленными целями и достижениями их на практике [15, с. 316]. В наших исследованиях [25; 26; 28] уже на протяжении почти 20 лет мы отмечали, что процессы индустриализации и инновационности производственной деятельности были бы более весомыми, если бы обращалось внимание не только на конкретные виды деятельности, условия жизнеспособности человека, но и на его жизнеобеспечение.

На практике система жизнеобеспечения человека не является саморазвивающейся, а создается для социального воспроизводства индивидов и коллективов, участвующих в совместной деятельности. И здесь мы определяем три уровня ее жизнеобеспечения.

Если первый уровень - это собственно материальные отношения, то второй уровень - собственно социальные, человеческие. Отношения первого и второго уровней объединены тем, что это отношения реальной и практической жизнедеятельности. Вместе с тем известно, что действительность, хотя и определяется материальной стороной жизнедеятельности, однако ею не исчерпывается. Базируясь один на другом, эти уровни представляют собой основание для перехода из одного порядка общественных отношений в другой, третий уровень - духовные взаимосвязи и отношения, отношения на уровне сознания, интеллекта, освоения духовного и интеллектуального опыта человечества. Так определяется качественной иной, высший, по отношению к первым двум, уровень общественных взаимосвязей и отношений, хотя и тесно связанный с ними. Без учета и анализа этого уровня отношений невозможно представить социальное воспроизводство человека в полной мере. Это столь же неотъемлемая сторона процесса воспроизводства человека как и материальная, и социальная. Последнее обстоятельство, в частности, прослеживается в том, что, например, и производственная сфера и бытовая являются источниками формирования общественного сознания, так или иначе, питают развитие человеческого мозга, сознания, интеллекта. На чем основывается эта позиция? Любой производительный труд невозможен без синтеза человеческого разума, мускульной силы, нервов, социальных отношений. И если общество не создает необходимые условия для воспроизводства интеллекта человека, то человеческое в нем умирает. Примером может послужить социальное здоровье населения страны.

Концентрация внимания на процессах жизнеобеспечения работников предприятий и организаций обусловлена тем, что социальное здоровье индивидов влияет на развитие технико-технологического развития предприятий, инновационность и креативность видов деятельности, демографическое развитие среды обитания и кадровую политику. А это позволяет построить модель взаимодействия населения и среды обитания, в которой более полно учитываются социальные запросы населения в большей доступности образования и культурных ценностей, комфортности условий проживания, безопасности жизнедеятельности, сохранения зон досуга и активного отдыха. Однако, в настоящее время индустриальное развитие среды обитания, в основном, происходит с обратными результатами. Происходит разрушение и загрязнение окружающей человека природной среды физического, химического и биологического происхождения; имеет место

скученность населения, особенно опасная при эпидемиях, возбудители которых передаются воздушно-капельным путем; неупорядоченность среды обитания приводит к физическим, нервным и эмоциональным перегрузкам людей, что, в конечном счете, сказывается на их продолжительности жизни. Кроме этого, показателем социального здоровья населения является рождаемость и детность, то есть среднее число детей на семью. Снижение средней продолжительности жизни с одновременным снижением рождаемости способствует старению населения, сокращению удельного веса экономически активного населения, ограничению индустриального развития в связи с незаполнением рабочих мест [27]. Хорошо известно, что социальное здоровье является обязательным условием всестороннего, гармоничного развития человека. Болезни, социальное самочувствие, общая утомляемость, снижение профессионального тонуса налагают на жизнедеятельность и жизнеспособность населения определенные ограничения. Это своего рода профессиональная патология, не позволяющая работать в условиях автоматизации производственных процессов, в сложных и вредных производствах.

Практическое решение обозначенной проблемы сдерживается в настоящее время из-за отсутствия научных основ индустриального развития среды обитания населения, под которыми можно понимать систему теоретических положений, раскрывающих сущность и принципы структурных изменений в рассматриваемой сфере, порядок формирования целей и основных направлений структурных трансформаций в индустриальном развитии, вопросы организации эффективного управления структурными преобразованиями, определение систем влияния индустриального развития среды обитания на социальное здоровье населения. Обусловлен такой подход к решению проблемы тем, что в современных условиях экономика страны представляет собой исторически сложившуюся систему отраслей и сфер хозяйства, увязанных между собой территориальным разделением труда и функционирующих в условиях формирования рыночных отношений, развития урбанизации и становления местного самоуправления.

Социальное здоровье по своей сущности и форме связано со сложными антропогенными изменениями экологической ситуации и предполагает создание качественно новой базы здравоохранения, создания условий, адекватных гуманистическому образу жизни, формирование мировоззренческой переориентации индустриального развития среды обитания, воспроизводства технологических средств, технологий и новых материалов на запросы населения, связанные с качеством жизни.

Без качества жизни населения процесс реализации в индустриальном развитии среды обитания социальной активности, профессиональных способностей и опыта значительно сокращается во времени, так как нарушается способность организма людей сохранять соответствующую половозрастную устойчивость при количественных и качественных изменениях параметров сенсорной, вербальной и структурной информации о состоянии среды обитания и ее технических, экологических и социальных систем.

Различного рода заболевания и психическое состояние людей является основанием нарушения физического развития, появления функциональных отклонений, что ограничивает использование трудового потенциала населения в процессах индустриального развития среды обитания, деформирует потребностно-мотивационную сферы жизнедеятельности населения.

Среди факторов влияния социального здоровья населения на индустриальное развитие среды обитания следующие:

- образ жизни, связанный с эталонами поведения населения, ценностными ориентациями и предпочтениями;
- состояние внешней среды: загрязнение атмосферного воздуха, водных ресурсов, почв и т.п.;

- генетический риск: наследственные и врожденные заболевания, обусловленные первыми двумя факторами;
- организация системы здравоохранения по признаку доступности, качества, стоимости услуг и медикаментов;
- экономический потенциал индустриального развития: бедность значительной части населения, дефицит питания, низкий уровень образования, низкий культурный и нравственный уровень; социально-психологическая адаптация населения к изменениям среды обитания.

В процессе многолетних исследований (1996-2009, 2021-2024) нами установлено, что жизнеобеспеченность человека связана с технико-технологической, экономической и социальной средой, в которой происходит процесс социально-профессионального приобщения к различным видам деятельности. Воспроизведем оценку социального здоровья людей по признакам состояния среды обитания (см. табл. 1).

Таблица 1. Оценка социального здоровья населения по признаку удовлетворенности состоянием среды обитания

№ п/п	Индикаторы социального здоровья населения	Оценка социального здоровья населения по признаку удовлетворенности состоянием среды обитания, %			
		Удовлетворены полностью	Удовлетворены частично	Не удовлетворены	Позиция удовлетворенности не определена
1	2	3	4	5	6
1	Территориальный аспект:				
	– наличие цивилизованного жилья	8,0	27,0	48,0	17,0
	– обеспечение транспортом	25,0	45,0	25,0	5,0
	– обеспечение медицинским обслуживанием	7,0	37,0	54,0	2,0
	– обеспечение продуктами питания	62,0	31,0	4,0	3,0
	– обеспечение досуга и отдыха	14,0	38,0	30,0	18,0
2	Производственный аспект				
	– занятость в сфере производства	75,0	15,0	7,0	3,0
	– соответствие специальности уровню образования	45,0	28,0	12,0	15,0
	– инновационный характер труда	4,0	20,0	66,0	10,0
	– престижность профессии	5,0	32,0	58,0	5,0
	– близость работы от места жительства	24,0	38,0	36,0	14,0
	– оплата труда	12,0	8,0	70,0	1,0
	– условия труда	34,0	45,0	18,0	3,0
	– безопасность труда	35,0	50,0	13,0	2,0
	– возможность профессионального роста	4,0	27,0	57,0	12,0
3	Экологическая обстановка:				
	– состояние атмосферы	44,0	25,0	21,0	10,0
	– состояние водной среды	25,0	64,0	9,0	2,0
	– состояние земельных ресурсов	12,0	45,0	34,0	9,0
	– технологическая обстановка	20,0	59,0	14,0	7,0

Недостаточное внимание к системе жизнеобеспечения деятельности человека оказывает влияние на процессы его самосознания, в котором группа респондентов (N380) отметила безотносительную созерцательность коллективной деятельности на предприятиях - 33%;

агрессивность, обусловленную отсутствием возможности отдыха и восстановления необходимой жизненной энергии для выполнения трудовых функций - 24%; замкнутость на собственных проблемах и интересах - 20% и т.п. Также нами установлен уровень толерантности работников к состоянию их жизнеобеспечения:

- настроение в общем оптимистическое - 37,0%;
- время от времени испытывают разочарование в принимаемых решениях относительно развития среды обитания - 42,0%;
- озабочены и подавлены - 8,0%;
- будь, что будет - 13,0%.

Позиционирование человеческой деятельности с фактической поселенческой общностью открывает новые штрихи, такие как:

- невротическое состояние - беспокойство, депрессия, враждебность, застенчивость, импульсивность, ранимость;
- экстраверсия - теплота, общительность, уверенность в себе, поиск возбуждения, положительные эмоции;
- открытость - чувства, действия, представления, ценности;
- приятность (в обхождении) - доверие, прямота, альтруизм, уступчивость, скромность, совесть;
- сознательность - компетентность, порядок, ответственность, стремление к достижениям, самодисциплина, осторожность [39].

Л.И. Абалкин в середине 90-х годов характеризовал труд и управление в XXI веке не только с внедрением информационных технологий, искусственного интеллекта, но и взаимодействием со средой обитания человека, в которой в наиболее явной форме выражаются процессы жизнедеятельности, жизнеспособности и жизнеобеспечения человека [1, с. 21-23]. Именно в этот период возникла необходимость формирования новых взглядов на развитие социологических знаний, нового типа или стиля научного мышления, исключающего одностороннее описание и анализ процессов общественного развития. Так, заглядывая в будущее, необходимо изучать не только отдельные виды человеческой деятельности, а в совокупности факторов ее определяющих: население и его социальное здоровье; сопричастность населения к определенной сфере деятельности; физические и интеллектуальные возможности позиционирования человека в той или иной сфере занятости; образовательная и профессиональная подготовка к выполнению работ различной сложности; способности экономического и инновационного мышления, рационализации и изобретательства; включенность в развитие социально-трудовых отношений; социальное партнерство; формализация социально-правовых отношений в использовании социальных и интеллектуальных резервов человека; отношение к труду как интегральному социальному показателю, выражающему единство экономического, политического и социально-профессионального видов деятельности.

Но при этом нельзя забывать и о показателях качества трудовой жизни: совокупности параметров, отражающих измерение течения жизнедеятельности с оценкой физического состояния, психического благополучия, социальных отношений и функциональных способностей с одновременным обеспечением материальными благами (питание, одежда, жилье), доступность образования, медицинского и транспортного обслуживания, экологизация поселенческой общности, свободы выбора общественных отношений, культурное и нравственное восприятие среды обитания, информационно-коммуникативные возможности социализации, физическая и правовая безопасность.

Эти показатели во многом определяют степень и возможности включения человека в процессы преобразования различных сфер жизнедеятельности и жизнеспособности человека. И здесь необходимо подчеркнуть, что каждый этап развития общественных отношений порождает новый способ или тип мышления, в котором реализуется задача по

повышению включенности человека в инновационную деятельность, повышение уровня и качества жизни, осознание собственного «Я» в решении общественно значимых задач. Как следствие, мы становимся свидетелями расширения предметности социологии, ее влияния на экономическую, производственную, технологическую и политическую составляющую развития общественных отношений. В социологии все чаще обращается внимание на расширение специализации, использовании в постановке проблемы, ее сопровождении и оценке результатов, то есть определении новых социологических знаний, методов анализа, прогнозирования и проектирования достижений в общественных практиках. И если 100 лет назад Ф. Оппенгеймер утверждал, что социология пока находится в начальной стадии синтеза всех социальных наук [43, с. 133-135], то в настоящее время социология уже приобрела статус универсальной науки в исследовании процессов общественного развития.

Социология с учетом ее предметно-деятельной направленности обеспечивает сотрудничество представителей самых различных отраслей в осуществлении макроэкономического анализа, развития не только отраслей, но и региональных образований, государств и межгосударственных отношений; определении потребностей различных слоев населения и возможностей их включения по степени интересов, возможностей и обеспеченности в ту или иную сферу деятельности; обеспечивать как в краткосрочном, так и в долгосрочном периоде оценку конкурентоспособности субъектов хозяйства и социально-экономической эффективности различных видов деятельности; прогнозировании использования информационно-цифровых технологий, искусственного интеллекта и активизации инновационной деятельности предприятий и организаций.

Благодаря использованию предметно-ориентированных методов социологических исследований стало возможным установить параметры коллективной деятельности персонала предприятий в:

- осуществление планирования и сопровождение социально-кадрового развития персонала - 11%;
- прогнозирование использования персонала в условиях ужесточения конкуренции на рынках производимой продукции и услуг - 8,0%;
- анализ динамики производительности труда и роста заработной платы - 21,0 %;
- анализ уровня безопасности технологических процессов - 4,0%;
- адаптация современных персонал-технологий к условиям функционирования предприятий - 2,0%;
- работа с органами государственного и муниципального управления, финансово-кредитными учреждениями и налоговыми органами - 30%;
- ведение документооборота, совещания, переговоры - 24,0% [12, с. 67].

Стало возможным зафиксировать необходимость и уровень информатизации в стратегии развития предприятий и организаций в сравнении с зарубежными компаниями:

- информационная достаточность в понимании выбора стратегии — 37% и 12%;
- информирование о важнейших целях - 44% и 4%;
- информационная сфокусированность на важнейших целях - 14% и 10%;
- информированность о связи выполняемых работ с целями предприятия - 22% и 11%;
- степень информационной достаточности в реализации своих способностей - 48% и 4%;
- информационная достаточность о результатах работы - 48% и 11%;
- информационная достаточность в развитии профессиональных и межпрофессиональных коммуникаций - 28% и 12%;
- характер доступности информации - 33% и 2% [13, с. 68].

По данным международного экспертного совета ВЭФ (2015) с помощью социологических методов по-новому интерпретируется сущность человека, личность работника, его способности, профессиональные компетенции, знания и умения, в результате

чего установлено, что уже в ближайшей перспективе увеличится спрос на такие качества работников, как когнитивные способности (в 3,4 раза), системные способности (в 2,5 раза), решение сложных проблем (в 1,5 раза), навыки создания контента (в 4 раза), навыки обработки информации (в 2,1 раза), навыки общения (в 1,9 раза), навыки управления ресурсами (в 2,8 раза), технические навыки (в 2,9 раза), физические способности (в 7 раз) [40].

Социологические предметно-ориентированные методы исследования позволяют установить конкурентные преимущества предприятий и организаций, в том числе за счет создания интернета (47,0%), формирования больших физических данных о деятельности субъектов хозяйствования, потребительских рынков, экономических и политических рынков (33,0%), использования многомерных систем принятия управленческих решений в сочетании предприятий и организаций различной отраслевой принадлежности, органов территориального и государственного управления и различного рода деятельности (33,0%), создания информационных сетей, имеющих межотраслевое, межрегиональное и межгосударственное значение (24,0%), установление рисков цифровизации и использования искусственного интеллекта в социотехнической деятельности контактных, локальных и глобальных инновационных коллективов (78,0%).

Важная составляющая применения социологических методов исследования ценностно-мотивационных смыслов деятельности человека и направлении программно-целевого управления на предприятиях и в организациях затрагивает такие сферы деятельности, как самоконтроль и самоорганизация, инновационность, адаптивность, волевые качества, процессы взаимодействия, уровень притязаний [31, с. 122-123].

Одно из наиболее малоизученных направлений социологических исследований - это угрозы и факторы риска управленческого воздействия на деятельность предприятий и организаций, включая:

- действия работников (человеческий фактор) -100%;
- информационная среда (утечка информации, недостоверность информации и др.) - 75%;
- техногенная среда (отказ оборудования, сбои в работе и др.) -62,5%;
- организационная среда (противоречивость структуры, дублирование функций и др.) - 25%;
- управленческая среда (процесс принятия и реализации управленческих решений) - 25%;
- правовая среда (недостаточность, противоречивость норм права) — 12,5%;
- среда межличностного взаимодействия (конфликты в коллективе, напряженность во взаимоотношениях) - 12,5%.

Действия персонала оцениваются как наиболее значимый источник угроз по сравнению с информационной и техногенной средой, которым придается второстепенное значение. Человеческие активы при этом являются одними из наиболее уязвимых (здоровье персонала, образование, квалификация) и по степени уязвимости находятся на одной позиции с информационными активами (утечка, порча, кража, фальсификация), опережая по степени уязвимости материальные, инфраструктурные активы. Наиболее уязвимые активы организации:

- финансовые активы (потеря, невозврат, обесценение, кража) - 87,5%;
- человеческие активы (здоровье персонала, образование, профессиональная квалификация и др.) - 50,0%;
- информационные активы (утечка, порча, кража, фальсификация) - 50,0%;
- материальные активы (порча, кража, замена, уничтожение) базы данных и др.) - 25%;
- интеллектуальная собственность: ноу-хау, торговая марка, базы данных и др.) - 37,5%;

- инфраструктурные активы (технологии, методы и процессы, которые делают работу предприятия возможной: корпоративная культура, методы оценки риска, методы управления персоналом) - 37,5% [4].

В наших социологических исследованиях можно также отметить и признаки бессистемности принятия управленческих решений. При этом руководители различных уровней управления в принятии управленческих решений руководствуются, в основном, своей интуицией (62%), советами экспертов (17%), действуют по ситуации (11%), опираются на коллектив (10%). По мнению самих же руководителей принимаемые управленческие решения выполняются в пределах 15-20 %. Причины: решение принято с запозданием (76%), без должных обоснований (62%), решение принято без адреса исполнителя (46%), решение отменено другим решением (45%), решение не нашло своего подтверждения и поддержки в коллективе. Заметим, что только 4,5% работников отмечают, что управленческие решения совпадают с интересами коллектива, частично - 32%, не совпадают - 63,5%. Подобная мозаика в интерпретации управленческих решений влияет и на субъект-объектные отношения в руководстве предприятий, что отражается на отношениях доверия/недоверия в процессе формирования и реализации управленческих решений [29].

Приведенные результаты социологических исследований раскрывают социальный механизм жизнедеятельности и жизнеспособности работников предприятий и организаций и лишь косвенно затрагивают их жизнеобеспеченность. В этом контексте предметом анализа становится территориальная общность, в которой социально-профессиональные практики взаимодействуют с социальными ожиданиями и предпочтениями в социальном развитии.

В наших ранних исследованиях мы определили жизнедеятельность, жизнеспособность и жизнеобеспеченность человека, коллективов, поселенческой общности как единый «социальный организм», в котором представлена пространственная и социально-производственная структура процессов общественного развития (см. рис. 1).

Социальный организм	Материальные блага	Работники	Отношения	Окружающая среда
Сфера воспроизводства материальных благ	Материальные блага в сфере воспроизводства материальных благ	Работники сферы воспроизводства материальных благ	Отношения сферы воспроизводства материальных благ	Ресурсы окружающей среды в сфере воспроизводства материальных благ
Сфера воспроизводства работников (рабочей силы)	Материальные блага сферы воспроизводства работников	Работники сферы воспроизводства работников	Отношения сферы воспроизводства работников	Ресурсы окружающей среды в сфере воспроизводства работников
Сфера воспроизводства отношений	Материальные блага сферы воспроизводства отношений	Работники сферы воспроизводства отношений	Отношения сферы воспроизводства отношений	Ресурсы окружающей среды в сфере воспроизводства отношений
Сфера воспроизводства ресурсов окружающей среды	Материальные блага сферы воспроизводства ресурсов окружающей среды	Работники сферы воспроизводства ресурсов окружающей среды	Отношения сферы воспроизводства ресурсов окружающей среды	Ресурсы окружающей среды в сфере воспроизводства ресурсов окружающей среды

Рисунок 1. Матричная схема, описывающая пространственную и социально-производственную структуру процессов общественного развития [36, с. 17]

По своему содержанию и предметной направленности мы можем определить формы и методы удовлетворения социальных ожиданий человека в развитии территориальной общности, среди которых:

-реальные жизненные и производственные условия, которые обуславливают устойчивость или динамику доминирующих мотивов поведения;

-структура и направленность жизненной позиции личности, ее мировоззрение, ценностные ориентации и установки, определяющие предрасположенность в выборе определенных способов и методов поведения в достижении тех или иных актуальных жизненных и трудовых целей, а также в выборе средств и условий их достижения;

-«базисные» характеристики личности, зависящие от временных фаз и состояний ее жизненного, трудового и семейного циклов, на каждом из которых формируются и преобладают цели и задачи, связанные с необходимостью реализации конкретных общественно и лично значимых функций, соответствующих той или иной стадии социальной зрелости;

-многообразные социальные институты и организации регулирующие и определяющие основные параметры жизненного и трудового пути личности на всех стадиях, формирующих и влияющих на процесс становления, реализации и выбора ею тех или иных образов поведения;

-интеллектуальный потенциал, функциональные способности и энергетические возможности личности, определяющие вектор ее притязаний и достижений, реальное социальное партнерство, а также «поле» ее активности в сфере труда и общественной жизни;

-качественные характеристики производственно-экономических, материально-технических и организационно-нормативных условий труда, побуждающих личность определять наиболее целесообразные формы и способы активизации и реализации своих профессиональных способностей;

-ситуативные обстоятельства, складывающиеся в пространственно-временных пределах и границах конкретной социально-производственной среды и системы общения, которые детерминируют и определяют актуальные мотивы и мотивацию личности и соответственно модальные, реальные формы поведения.

Все это подчеркивает в соединении социально-профессионального и социально-территориального развитие человеческого потенциала [30, с. 65-74].

Используя трехкомпонентный подход к территориальному аспекту жизнеобеспечения человека можно определить три функционально-целевых блока социологического исследования:

1) общественно-политическая и интеллектуально-культурная деятельность (образование, наука, культура, искусство, деятельность в области массовой информации);

2) физическая культура и здоровье населения (здравоохранение, физическая культура и спорт, туризм, охрана окружающей среды);

3) жилищно-коммунальное и бытовое обслуживание (жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание, торговля, пассажирский транспорт, связь по обслуживанию населения).

Необходимо отметить, что в последние годы отмечается значительная роль социологии в исследовании феномена культуры, которая изначально соотносилась с человеческой деятельностью, преобразующей социальную и духовную составляющую общественных отношений; фиксации таких человеческих качеств как самосознание, самопознание, самооценки личности; осмыслении человеческого творчества, умственной, нравственной, ценностно-смысловой, материальной и духовной жизни человека как общественного создания, с мерой и способом формирования и развития сущностных сил человека в ходе его социальной деятельности, в т.ч. предметности, суть которой состоит в выявлении связей и их характеристик чувственного восприятия, переживания, абстрагирующие социальное,

экономическое и, возможно, политическое мышление в социальной и производственной деятельности человека, его самодвижении, саморазвития и совершенствования. Результатом социологического исследования социокультурной составляющей человеческой деятельности может стать формирование архитектуры ценностей, социальных ожиданий, пространственно-временных параметров выбора профессиональной деятельности, общего и специального образования, способов продуктивного труда, формирования общечеловеческих качеств, адекватных устойчивым процессам общественного развития.



Рисунок 2. Структура и составляющие развития человеческого потенциала в социально-производственном и социально-территориальном взаимодействии жизнеобеспечения человека

Процессы общественного развития, как известно, имеют цикличность, организационную и структурную predeterminedness, и, как следствие, позволяют утверждать, что имеется необходимость классификации культур с применением социологических обобщений и оценок, в которых раскрывается общая направленность и предметность культурного воздействия на систему организации и управления предприятиями и организациями, нормы поведения и социально-профессионального взаимодействия участников производственного процесса, установки, ценности и способы поведения в достижении ожидаемых результатов [43].

Системная оценка социокультурных признаков деятельности человека и коллективов призвана стабилизации программной деятельности и устранению напряженности в процессе профессионального и межпрофессионального взаимодействия на предприятиях и в организациях. Однако в наших исследованиях такое взаимодействие оценивается следующим образом: деловое сотрудничество - 35,3%; взаимное доверие - 21,6%; отношение неоднозначное - 15,5%; зависит от ситуации - 14,7%; жесткого единоначалия - 7,8%; конфликтные - 6,0%.

Создают социальную напряженность в основном: неумение некоторых руководителей найти контакт с работниками — 16,4%; нежелание части руководства найти контакт с работниками - 10,4%; нежелание работников идти на компромисс с администрацией - 5,2%;

экономические проблемы предприятия - 30,2%; общая кризисная ситуация в стране — 35,3%. По сути, социальная напряженность в коллективе предприятия является производной от стагнации профессиональных ожиданий работников [28, с. 154].

Социологическое познание процессов общественного развития развивает:

– системное мировоззрение и модельное мышление, позволяющее видеть в экономических решениях не только техническое, производственное и технологическое, но и социально-культурное;

– профессиональные компетенции, расширяющие диапазон узкопрофессиональных знаний и опыта, позволяющие видеть конструктивизм в решении социальных задач посредством экономических решений;

– праксеологическую, рефлексивную и информационную вооруженность при подготовке и принятии экономических решений;

– социологическую подготовку, позволяющую менеджеру системно подходить к оценке результатов экономических решений и т.д.

При стратегическом планировании деятельности предприятий и организаций, как нам представляется, важным обращать внимание на социальную среду жизнеобеспечения деятельности человека, так как такие оценки респондентов: не созданы условия для взаимодействия работников - 54,7%; искажение сути экономических решений и увод их от основных стратегических направлений - 31,4%; сознательное искажение результатов экономической деятельности - 7,8% - с целью ухода от решения социальных задач в развитии предприятий и организаций становится первопричиной того, что за последние 2-3 года работники стали жить хуже (32,7%) или значительно хуже (12,7%). Происходит фактическое снижение уровня оплаты труда (28,1%) при удорожании стоимости жизненно необходимых товаров и продуктов питания 50,8%.

Социология как общественная наука о развитии общественных отношений становится определяющей в процессах жизнедеятельности, жизнеспособности и жизнеобеспечения человека труда и результаты исследований способствуют формированию сознания (мотивация и ценностные ориентации, удовлетворенность уровнем и качеством жизни); деятельности (трудовая, общественно-политическая, культурная, бытовая); материальных условий жизни (уровень развития производительных сил общества, культурно-образовательный уровень населения); производственных отношений (организационно-трудовые, экономические, социальные); национально-исторических особенностей (обычаи, традиции, взгляды), социально-демографических условий (развитость производственной, социальной и институциональной инфраструктуры); естественно-географических условий (климат, географическое положение региона, территориальная протяженность, характер расселения и плотность населения) и другое.

Здесь же необходимо учитывать материально-бытовые обстоятельства личного потребления благ, а также, личностные и коллективные факторы формирования потребностей.

Подобный «сложный» подход к проблеме предполагает комплексность принимаемых экономических решений различными управленческими структурами. Важным элементом этих решений должны стать научно-обоснованные социальные прогнозы и оценки, экспертиза со стороны представителей различных слоев и групп населения. Особенно это важно в связи с тем, что большинство из предложений в настоящее время не получают практической реализации.

Литература

1. Абалкин Л.И. К самопознанию России. – М. : ИЭ РАН, 1995.
2. Вебер М. «Объективность» социально-научного и социально-политического познания. – М. : Прогресс, 1990.
3. Вебер М. Хозяйство и общество. – М., 1921.

4. Вельмисова Д.В. Управление персоналом в условиях цифровой экономики: источники неопределенности и факторы риска // Российский научный журнал «Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований». – 2022. – №2. – С. 62-69.
5. Воронцов В.П. Наши направления. СПб. : Тип. М. Стасюлевича, 1893.
6. Гиддингс Э. Основы социологии. – Москва : 1898.
7. Гумплович Л. Основы социологии / пер. В.М. Гессена, СПб.: 1899.
8. Гумплович Л. Социология и политика / пер. С.Н. Прокоповича. Москва, 1895.
9. Де Роберти Е. Социология. СПб., 1880.
10. Дильтей В. Описательная психология. М., Изд-во Русский книжник, 1924.
11. Индивидуальная психология А. Адлера // Вопросы психологии. – М., 1982. №2.
12. Информационные и цифровые технологии в деятельности предприятий и организаций / Под. Ред. В.К. Потемкина. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2023. С. 67.
13. Информационные и цифровые технологии в деятельности предприятий и организаций / Под. Ред. В.К. Потемкина. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2023. С. 68.
14. Кареев Н.И. Основные вопросы философии истории., Т.2. СПб., 1887.
15. Кови С. Р. Восьмой навык: от эффективности к величию / Стивен Р. Кови, пер. с. Англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2016.
16. Коркунов Н.М. Лекции по общей теории права. Изд-е 4-е. - СПб, 1897.
17. Костяковский Б.А. Русская субъективная школа и категория возможности при решении социально-этических проблем. – В кн.: Проблемы идеализма., М., 1902.
18. Лавров П.Л. Философия и социология. Избр. произв. В 2-х т., Т. 1, М. 1965.
19. Лаппо-Данилевский А.С. Основные принципы социологической доктрины О. Конта. – В кн.: Проблемы идеализма. М., 1902.
20. Маркс К. Наемный труд и капитал. Изд. Колокол, 1905.
21. Михайловский Н.К. Полн. собр. соч. Т. 1., СПб. : 1909.
22. Михайловский Н.К. Полное собрание соч. Т. 7., СПб. : 1909.
23. Парсонс Т. Современное состояние и перспективы систематической теории в социологии // Современная западная теоретическая социология. Т. Парсонс. М. : ИНИОН РАН, 1994.
24. Петражицкий Л.И. Введение в изучение права и нравственности. Основы эмоциональной психологии. - СПб. : 1908.
25. Потемкин В.К. Личностный фактор в сфере профессиональной деятельности. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2012. – 320 с.
26. Потемкин В.К. Профессиональная деятельность. Человек. Личность. Работник. – СПб. : Изд-во Инфо-да, 2009. – 239 с.
27. Потемкин В.К. Социальное здоровье населения в условиях индустриального развития среды обитания. СПб. : Изд-во Инфо-Да, 2009. – 102 с.
28. Потемкин В.К. Социальные проблемы человекоориентированного управления предприятиями и организациями. – СПб. : Изд-во Инфо-Да, 2021. – 320 с.
29. Потемкин В.К. Человекоориентированное управление предприятиями: от эмпирических оценок к системной работе // Российский научный журнал «Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований». – 2023. - №2 (10). – С. 6-14.
30. Потемкин В.К., Ахтырский А.А., Вельмисова Д.В. Социология регионального и городского развития. Учебное пособие. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2022. С. 65-74.
31. Потемкин В.К., Вельмисова Д.В. Ценностно-мотивационные смыслы формирования инновационных компетенций работников предприятий и организаций. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2023.
32. Потемкин В.К., Исаченко М.В. Экономическая психология. – СПб.: Изд-во Терция, 2005. – 324 с.
33. Сорокин П. Голодание и психологические переживания // Психиатрия, неврология и экспериментальная психология. 1922. Вып. 1.
34. Узнадзе Д. Психологические исследования. – М. 1966.
35. Уорд Л.Ф. Очерки социологии / Уорд Л.; Пер. с англ. Е.И. Бошняк. — Москва : магазин "Книжное дело", 1901.
36. Управление социальными резервами регионального развития / Под ред. В.К. Потемкина. – СПб. : ИПРЭ РАН, 2001.
37. Энгельс Ф. Письмо к Иосифу Блоху. В кн. : К. Маркс и Ф. Энгельс. Письма / под ред. В.В. Адоратского. - Изд. Моск. Рабочий, 1913.
38. Юзов И. [Каблиц И.И.] Основы народничества., ч. 2, Изд. 2-е доп. СПб. : 1893.

39. Deary I.V., Matthews G. Personality Traits are alive and well // *The Psychologist*, 1993, No. 6. P. 299-311.
40. Deep shift: Technology tipping points and societal impact. Survey report. Global Agenda Council on the Future of Software & Society. Geneva: World Economic Forum, 2015. 44 p. URL: <https://www.weforum.org/publications/deep-shift-technology-tipping-points-and-societal-impact/> (дата обращения: 24.08.2024)
41. Ellwood Ch. Die Beziehungen der Soziologie zur Sozialpsychologie / *Jahrbuch für Soziologie*, 1925.
42. Meyerson D., Martin J., Cultural change: an integration of three different views // *Journal of Management Studies*, 24 (6), pp. 623-647, 1987.
43. Oppenheimer F. System der Soziologie. Jena, Verlag von G. Fischer. 1922.
44. Simmel G. Grundfragen der Soziologie, zweite Auflage, 1920.
45. Vierkandt A. Gesellschaftslehre. Stuttgart : Enke, 1923.

DOI: 10.24412/1994-3776-2024-3-72-77

УДК: 316.1

В.Н. Саенко

ВОПРОС СОЗНАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ СОЦИОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ

V. Saenko. The issue of consciousness in modern sociology of management

Аннотация. В статье рассматривается проблематика изучения феномена сознания в социологических науках, в частности в социологии управления. Поднимается вопрос об обоснованности сознания как объекта и предмета изучения в социологии. Исследуются труды отечественных и зарубежных ученых, посвященные размышления о том возможно ли рассматривать сознание как часть науки социологии. Приводятся аргументы в защиту сознания как социологического и целесообразности включения сознания в социологию.

Ключевые слова: сознание, общественное сознание, предметная область социологии, массовое сознание, социология управления, поведенческие установки.

Контактная информация: 193023, Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д.30/32; тел.: 8 (812) 310-40-08, e-mail: saenkomail@mail.ru

Abstract. The article studies the problems of researches of the phenomenon of consciousness in the sociological sciences, in particular in the sociology of management. The question is raised about the validity of consciousness as an object and subject of study in sociology. The researches of domestic and foreign scientists devoted to thinking about whether it is possible to consider consciousness as part of the science of sociology. Arguments are broaded in defense of consciousness as part of sociology and the expediency of including consciousness in sociology.

Keywords: consciousness, social consciousness, subject area of sociology, mass consciousness, sociology of management, behavioral attitudes.

Contact information: 30-32 Griboedov Canal Emb., St. Petersburg, 193023; tel. 8(812) 310-40-08; e-mail: saenkomail@mail.ru

Вопросам сознания посвящено бесчисленное множество как научных, так и публицистических трудов. Большая часть из них предметно относится к психологии, философии, а также социологии. Сам по себе феномен сознания является дискуссионным вопросом еще с античных времен, когда преимущественно сознание рассматривалось философами и далее, снова заметно актуализировалось, в Новом времени [9]. Философское рассмотрение сознание позволяло дискутировать о нем, как о душе, об отношении сознания

Саенко Виталий Николаевич - ассистент кафедры социологии и управления персоналом Санкт-Петербургского государственного экономического университета

V. Saenko - Assistant at the Department of Sociology and Personnel Management of Saint-Petersburg State Economic University

© Саенко В.Н., 2024

к материальному, первопричины, о вопросах первичности сознания или бытия, доказательстве существования.

По мере институализации психологии как отдельной и самостоятельной науки вопрос сознания стал насущной темой и там. Именно в рамках психологии были разработаны и приведены наиболее общественно популярные и известные трактовки самого понятия сознания. Психология предложила разнообразные варианты понимания сознания, среди которых «индивидуальное осознание своих уникальных мыслей, воспоминаний, чувств, ощущений и окружения», «осознание себя и мира вокруг», «акт рефлексии, разрыва, выхода человека из полной поглощенности непосредственным процессом жизни», «отражение психики», «высший уровень психики человека» и многие другие [11]. Психология также значительно расширила понимание вокруг сознания – появились такие понятие и вопросы как бессознательное, подсознательное, надсознательное. Современная популярность психологии обусловила знакомство с понятие сознания на обывательском уровне народонаселения трудами таких классиков как Юм и Фрейд, чьи фамилии лежат на самой поверхности восприятия психологии.

Философия, психология и социология разделяют многие вопросы и проблемы. Каждая из них руководствуется собственными научными подходами, методами, теориями, системой доказательств, когда рассматривают общественное устройство, поведение человека, его привычки и его природу. Сознание так же является одних из междисциплинарных объектов изучения науки. Однако в рамках социологических наук сознание, особенно, когда речь идет об индивидуальном сознании, сознании отдельно взятого человека встречается довольно редко ввиду ряда причин, которые хотелось бы кратко обозреть в рамках данной работы.

Стоит начать с одного из наиболее ярких примеров междисциплинарной науки – бихевиоризма. Бихевиоризм часто трактуется как часть психологии, в то же самое время объектом его изучения является человеческое поведение. Нельзя не упомянуть, что задолго до развития и наивысшей популяризации бихевиоризма в начале 20 века в социологии уже были предприняты попытки рассматривать предметов изучения общественного – поведение. Здесь, конечно же, хотелось бы обратиться к одному из классиков социологии – Макс Веберу, согласно которому «Социология - это наука, стремящаяся, истолковывая, понять социальное действие и тем самым каузально объяснить его процесс и воздействие» [2]. Вебер является одним из главных апологетов методологического индивидуализма в социологии, что позволяет социологам проводить исследования на уровне микросоциологии, относительно частных общественных взаимодействий так, чтобы это не сводилось сугубо к изучению частной психики. Благодаря Веберу и его понимающей социологии так же внесен огромный вклад в развитии социологических категорий и места и предметной области социологии как отдельной самостоятельной науки: «понимание не является психологической категорией, а «понимающая социология не есть часть психологии» [1]. Все это позволяет свидетельствовать о том, что поведение индивида, трактуемое как объективный наблюдаемый образ активного отражения субъективного сознания, является обоснованным предметом изучения в социологии, сознание при этом можно понимать и раскрывать согласно одному из, например, вышеуказанных определений, поскольку для социолога психические процессы и семантика относительной сущности и природы сознания является вторичной ценностью. Социология, таким, образом, более заинтересована в внешне фиксируемым и наблюдаемым признакам и проявлениям человеческого сознания, чем бы это сознание в истине не было.

Исторически в социологии дальнейшее закрепление изучения индивидуалистического взаимодействия между индивидами после бихевиоризма произошло в рамках разработки и популяризации теории социального обмена Дж. Хоманса [10], хотя схожие идеи можно проследить в предшествующих трудах еще у Аристотеля, Адама Смита, П. А. Сорокина. Возможно ли относить теорию социального обмена строго к социологии, либо к психологии?

Если проследить идею пяти постулатов, то ответ на данный вопрос будет зависеть от того на каком уровне проводилось верифицирующее исследование и какими методами и какой методологии руководствовался исследователь. Возможно это за счет того потенциала изучаемого предмета, гипотетических гипотез, теорий, которыми можно руководствоваться в процессе. Одинаково вероятно исследовать подобные межчеловеческие интеракции как на уровне тысячекратно повторившегося воздействия между двумя субъектами, так и как статистику тысячи однократных воздействий между различными субъектами. Данный пространственный пример только приблизительно демонстрирует как две отчасти схожие науки могут конкурировать за принадлежность результатов исследования, а иногда и не уникальных методов исследования к своей сфере.

Бихевиоризм признает предметом психологии поведение человека. Возможность объективного исследования психологии человека возможна в рамках данной науки только за счет наблюдения за поведением людей (иногда экспериментами, которые позволят фиксировать закономерности или изменений в поведении). Ненаблюдаемые явления психологии человека, такие как сознание, воля, чувства и прочие исследователи бихевиоризма могут игнорировать, как не указывающие на истинные феномены психологии [8, 33-44].

Среди различных подходов к рассмотрению сознания так же стоит указать функционализм. Функционалисты изучают коллективное и индивидуальное сознание, способы воздействия на них, ценности и психологию объектов манипуляции, бихевиористы делают акцент на подпороговых стимулах и реакции на них. Для исследователей поведения личность или коллективная общность представляет собой обрабатывающие информацию системы, а субъектам необходимо обладать умением воздействовать на сознание, при этом понимание органических принципов работы сознания не имеет принципиального значения. Необихевиоризм же предполагает учет важности нейрофизиологических процессов, которые формируют сознание. В работе Е. В. Поликарповой "Аксиологические функции масс-медиа в современном обществе" [7] говорится о нейрофизиологических процессах как об одном из оснований личностных норм и ценностей.

Социальное сознание позволяет личности признать интерсубъективность своих эмоций, чувств, ценностей и убеждений, особенно, если речь идет о гомогенных группах ближайшего окружения. Субъекты социального управления и управления как такового нередко стоят перед задачей и необходимостью определения духовных потребностей, симпатий и интересов людей, поскольку их характер определяет поведенческие паттерны людей и оставляет возможность для прогнозирования их решений и поступков, создает оперативное пространство для принятия управленческих решений и субъект-объектного взаимодействия. На основании добытой информации возможно планирование местной политики, что в долгосрочных перспективах будет резонировать и способно повлиять на способ жизни и уклад сообщества, который будет формировать общественное сознание и формироваться общественным сознанием.

Общественное и групповое сознание, которое становится участником процессов управления является одним из ключевых элементов социального механизма в функционировании социальных процессов и появления различных социальных явлений. Именно социологическое изучение общественных процессов и общественного сознания, которое лежит в их основе входит в область социологических наук. Уровень общественного сознания, который оказывается под воздействием развития управленческой культуры в социуме в результате расширения поля социальной деятельности общественных акторов представлен массовым сознанием, сформированным из обыденных жизненных практик, что и делает социологическое рассмотрение сознания дискуссионным вопросом.

Для социологических наук интерес представляет прежде всего феномен социального сознания, включенный в систему общественных отношений, отражающий субъективные

представления людей о себе, обществе, мире и зависящий от внутренних и внешних условий, личных наклонностей и интересов, устоев и традиций, характерных для общества. Для управления, связанного с общественными акторами объектом управления является социальное сознание отдельных или всех членов общественных масс, а также общественное сознание в части представлений отражающих восприятие общественных акторов и сознание потенциальных новых членов общественного взаимодействия.

Конечно, вопросом остается кто или что именно является субъектом общественного сознания. На эту роль может претендовать как само общество в целом или отдельная часть общества, которая была наделена способностью принимать решения, иметь суверенную жизнеспособную структуру, функциональную латентность и способность к самовоспроизводству. Субъективные свойства могут присутствовать в каждом отдельном человеке, что сближает нас с позициями социологического номинализма, а также в более крупных объединениях людей вроде народов, профессиональных групп, государственной принадлежности.

Общество, посредством семьи, социального окружения и социальных институтов формирует сознания развивающейся личности, таким образом, личное сознание непосредственно будет связано путем прямой трансляции этических и поведенческих установок, моральных ориентиров, с сознанием более широкого объединения. Каждое культурное общественное объединение формирует своим образы, символы, знаки, которые проецируясь на личность приобщают индивида к коллективным интересам, связывать свои чувства и эмоции с судьбой и будущим некоего культурного социума.

Также остается дискуссионным вопросом соотношение субъективных свойств отдельно взятой личности и более широкого общества. Здесь наибольший интерес представляет какие субъективные свойства делегируются личностью представителям широкой общности, которые репрезентуют как каждую отдельную личность, так и их социальную совокупность.

Эмпирические социологические исследования, посвященные сознанию, являются источником множества инновационных теоретических и практических открытий. Среди таких следует упомянуть научную работу С. А. Ильиных о мозаичном сознании, понятии, которое было введено впервые после изучения студенческой молодежи [3, 158-166]. Мозаичный тип сознания в указанной работе относится предметно к социологии управления, автор аргументирует это тем, что такой тип сознания основан на управлении самим мышлением и поведенческими установками. Суть мозаичного сознания объясняется как связанная непосредственно с выбором человеком своей жизненной стратегии, выбором тактики в отдельных жизненных сферах.

Исследования сознания позволяют обнаружить в нем определенные латентные переменные, доминирующие над остальными переменными. Перед социологом стоит задача по определению, наблюдению, выделению, классификации и анализе таких переменных. Социология управления же дополняет это требованиями к прогнозированию, выявлению тенденций изменений и вектора изменений индивидуального сознания людей. Такие изменения сознания в будущем способны привести к более глубоким социальным изменениям в общественных аспектах на разных уровнях, внести коррективы в разные виды и формы общественного сознания, существующие общественные институты и привести к образованию новых общественных институтов.

Мозаичный тип сознания, вводимый исследователем, определяется им как основанный и сформированный фрагментацией и деградацией представлений общества о предназначении и смысле и особенностях функционирования традиционных социальных институтов. В подобных условиях у человека могут отсутствовать целостные ценностно-мотивационные смыслы в структуре личности, в то же время это создает основу для совместного сосуществования отдельно взятых представлений из существующих «картин мира». Мы видим в идее о мозаичном сознании продолжение мысли о клиповом мышлении

или, в контексте нашей работы, клиповом сознании. Подобное умозаключение становится доступным после дальнейшего анализа идеи мозаичного сознания, в рамках которого открывается, что такая форма сознания человека ограничивает возможность личности к саморефлексии, рефлексии в целом, поскольку неизбежно приводит к поверхностности в мышлении.

В то же время мы видим, что подобное явление мозаичного сознания во многом игнорируется в рамках социологических наук, социологии управления в том числе. Множество работ, которые все же исследуют мозаичное сознание будут относиться к философским наукам, психологическим наукам или присутствовать в публицистических текстах, что опять актуализирует вопрос присутствия категории сознания как самостоятельной социологической, ведь генезис мозаичного сознания основан на социализации, в свою очередь обусловленной рядом общественных факторов.

Социология сознания часто в современной научной среде становится объектом критики. Основу критики составляет недостаточная разработанность проблематики сознания и отсутствие научных систематизирующих трудов и это несмотря на количество публикаций, посвященных феномену общественного сознания.

На сегодня социология сознания логически построена на ряде аксиом, часть из которых была высказана в предыдущих аргументациях. Например то, что социология изучает не внутренние сущности сознания, но его внешние проявления, социологов интересует не трансцендентный или физический референт сознания, но социальный и, в конце концов то, что социологию сознание интересует как важный фактор регулирования общественных практик. Здесь следует привести мысли В. И. Молчанова, который изучал социологию сознания и отметил, что сознание как таковое, в принципе невозможно удалить из человеческого опыта, поскольку любое отношение к сознанию является ключом к пониманию сознания [4, 7-32].

Социологию сознания разделяет не только отношение к общественности по принципам реализма или номинализма, но и основные подходы к пониманию самого сознания – экзогенный и эндогенный, а то есть по смыслу отражающего реальность или основанного на интенциях.

Подобное теоретическое разнообразие означает необходимость выхода исследователей их одномерного изучения феномена сознания. Эклектическая и полноценная интеграция всех существующих подходов не представляется возможной, попытки теоретического объединения будут скованы определенными ограничениями, определяемыми целями и задачами конкретного исследования.

Методологический индивидуализм, вышеупомянутый в контексте наследия Макса Вебера так же одновременно и предлагает выход из сложившейся ситуации, так и способен внести свою лепту в размытии научных границ между социологией и психологией. Здесь мы не упоминаем претензии философии, поскольку в вопросе обсуждения принадлежности проблемы сознания философию от науки, как известно, отличают используемые методы исследования. Методологический индивидуализм в противовес холизму не сводит социального человека в целому [6], по сути своей он открывает социологам возможности исследования общественного на самом частном и субъективном уровне а так же предлагает логически связанное и последовательное объяснение общества и человека в целом. Индивидуалистические исследования зачастую проводятся на основе практик и концепций, заимствованных напрямую из работ психологов в силу того, что ученого интересуют личные причины, мотивы и основополагающие принципы. На основании изучения результатов проведенного исследования, чаще факторного анализа, социологом открываются причинно-следственные связи, ключевые каузальные факторы, социологическая трактовка каких-либо общественных явлений и феноменов. Качественно здесь не прослеживается значительной разницы между психологическим исследованием, где так же возможно использование

многочисленной выборки, которая будет подкреплять и верифицировать результаты, поэтому предположим, что границы между социологическим и психологическим станут определять изначальные интересы ответственных ученых: для психологов – отдельные особенности психики, а для социологов – групповое поведение, его определяющие причины, возможные последствия, риски, закономерности.

Социологический реализм, можно предположить, станет использовать в своих работах методы отличные от индивидуалистических и, таким образом, психологических. В действительности же, можно наблюдать как в современной социологии, даже если исследователь воспитан и твердо стоит на позициях социологического холизма в исследованиях все равно будут применяться те же подходы и методы вроде интервью, опросов и анкетирования независимо от целей исследования и его назначения.

Социологический холизм, еще со времен его концептуальной разработки Э. Дюркгеймом [7], является наиболее популярным в социологической среде, особенно там, где научные школы основываются во многом на марксистских постулатах, например в отечественной социологии. В силу данных обстоятельств молодые исследователи могут столкнуться с проблемой интеграции с существующие научные школы, в частности, при попытке опубликовать научные работы в социологических журналах в силу существующей стигматизации частного индивидуального и субъективного как не имеющего отношения к социологическим наукам, например то же сознание как предмет исследования социологии. Если обратить внимание на научные публикации или диссертации, затрагивающие сознание как предмет своего исследования, то можно будет обнаружить, что подавляющее большинство таких работ относится по классификации к философским или психологическим наукам, среди тех работ, которые маркируются как социологические часто сознание будет встречаться в названии как «правовое сознание», «политическое сознание», «формирование ... сознания». Наиболее близкими к рассматриваемой нами теме являются исследования массового и общественного сознания, однако это возвращает нас к холистическому видению сознания и поведения людей.

Каждая наука существенно эффективнее развивается и выполняет свои задачи, когда ее предметная область четко очерчена, определено ее концептуальное развитие, методология, основные декларирующие научные принципы. В отсутствии набора данных факторов невозможно стало бы проводить теоретические и практические исследования так, чтобы их можно было результативно систематизировать, приращивая научное знание, последовательно и логически утверждать новые смыслы. Вместе с тем, можно наблюдать безосновательный отказ от принятия к рассмотрению научных работ, которые воспринимаются принадлежащими к сравнительно близким наукам. Следует задаться вопросом о целесообразности отказа принимать нетривиальные проблематики и рубрики к рассмотрению в социологических, психологических, философских и иных журналах, поскольку подобный научный тематический изоляционизм не приносит никакой выгоды суверенным наукам и лишь мешает развитию мысли и приращению научного знания. Примеры, когда расширение предметной области и инновационные подходы в социологии принесли существенное развитие социологической мысли вновь возвращают нас к примеру становления и развития бихевиоризма, без которого социология была бы лишена ряда существенных научных теорий и концепций.

Несмотря на то, что конкуренция между социологией и психологией как таковая отсутствует, микросоциология и применяемые в ней методы формируют обстоятельства, при которых научные результаты можно было бы отнести к одной или ко второй науке. Нельзя утверждать, какой из исходов будет приносить большую общественную пользу, так же, как и невозможно прогнозировать будет ли на научном знании позитивно сказываться внутренняя конкуренция как «двигатель прогресса». Предположительно представители каждой из наук будут приветствовать всевозможное расширение предметной области своей

науки, когда в действительности это гипотеза, которую можно только исследовать. Подобный конфликт интересов содержит в себе значительный потенциал для развития и рисков, поскольку в практической своей части и социология и психология в своих исследованиях сталкиваются перед двумя главными барьерами на сегодняшнем этапе – этическом и технологическом. Если представить себе гипотетическую ситуацию из будущего, когда и если станет возможно проводить неэтические эксперименты или уровень развития технологий позволит изучать сознание человека напрямую, то мы можем спрогнозировать эскалацию названного конфликта, поскольку объект исследования станет куда более осязаемым и объективно изучаемым, чем он есть сейчас. Будет ли считывание матрицы поведения относиться к социологическим методам и социологическим наукам или это станет достоянием психологии?

Вышеописанная разница подходов в современных социологических исследованиях и диссертациях была эффективно целостно представлена в виде простой и удобной матрицы, которая объединяет дискуссии по индивидуальности-коллективности и экзогенности-эндогенности в четыре пары (см. табл. 1.)

Таблица 1. Матрица интегративного социологического сознания

Подход к пониманию объекта социологии/подход к социологическому пониманию сознания	Социологический реализм	Социологический номинализм
Сознание как отражение психологии человека	Коллективно-экзогенный	Индивидуально-экзогенный
Сознание как интенции индивида	Коллективно-эндогенный	Индивидуально-эндогенный

Интегративное понимание социологии сознание основано на принципе целостности предлагаемого познания феномена сознания. Само сознание в социологическом исследовании предлагается понимать как систему, характеризующуюся как сложную, многоуровневую, интегрирующую, вместе с тем открытую и динамичную.

Поскольку социальное пронизывает саму структуру сознания, создавая ценностно-мотивационные смыслы, моральные ориентиры, поведенческие установки и практики индивидуальные уровни понимания социологического сознания, будь то экзогенный или эндогенный не связывают изучаемое с психологией или философией, но расширяют предметную область социологического знания. Психологические же аспекты изучения сознания в социологии присутствуют для объяснения каузальности связей субъективного с общественными переменными.

Выделим ряд выявленных факторов, которые препятствуют на данный момент изучению сознания в рамках социологических наук:

- 1) Сознательная изоляция ведущими научными социологическими школами своей предметной области от проблематики сознания.
- 2) Конкуренция за научные результаты и концепции социологии и психологии.
- 3) Отсутствие объективных научных методов исследования сознания как такового.
- 4) Этические и технологические барьеры изучения сознания человека.
- 5) Доминирование социологического реализма и холизма в социологических научных школах как представлений об изучаемой действительности.
- 6) Существующие ригидные традиции научных школ.
- 7) Отрицание индивидуального и субъективного как социального.

Дальнейшее будущее сознания как социологического целиком и полностью зависит от побеждающих традиций в социологических науках, становления научных школ социологии, которые возьмут в качестве своего вектора развития расширение возможной предметной области социологического, а не скепсис и отрицания сознания и других потенциально

междисциплинарных проблем как научной области социологии. Открытие социологической мысли к изучению общественного на уровне индивидуального взаимодействия, объективных проявлений сознания человека, а также иных схожих явлений, признание за индивидуальной субъективной мотивацией первопричины и объяснения социальных явлений позволит науке существенно развиваться, четко формулируя границы научной области и отступая добровольно предмета науки перед схожими науками вроде психологии. Для социологии управления особенно важна популяризация и научная легитимизация методологического индивидуализма как основного подхода для проведения исследований, поскольку субъективное взаимодействие наиболее ярко выражено при субъект-субъектном воздействии, не говоря о потенциальных рисках и вызовах, сопряженных с процессами общественного управления.

Литература

1. Вебер М. О некоторых категориях понимающей социологии // Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. 499
2. Вебер М. Основные социологические понятия // Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. 602
3. Ильиных С.А. Мозаичный тип сознания как предмет исследования социологии управления. Вестник НГУЭУ. 2012;(4):158-166.
4. Молчанов В.В. Парадигмы сознания и структуры опыта / Логос. 1992. № 3. С. 7-32.
5. О разделении общественного труда. Метод социологии / П ер. с фр. и послесловие Л.Б. Гофмана. — М.: Наука, 1990. — 575 с.
6. Павленко Ю. Г. Методологический индивидуализм и холизм в экономике и социологии // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2014. №3. [Электронный ресурс] // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologicheskii-individualizm-i-holizm-v-ekonomike-i-sotsiologii> (дата обращения: 07.08.2024).
7. Поликарпова Е.В. Аксиологические функции масс-медиа в современном обществе / Е. В. Поликарпова. Ростов-на-Дону. 2002. – С. 88.
8. Уотсон Дж. Поведение как предмет психологии (бихевиоризм и необихевиоризм) // Хрестоматия по истории психологии / Под. ред. П.Я. Гальперина, А.Н. Ждан. - М.: Изд-во МГУ, 1980. - С. 34-44.
9. Франц С. В., Дубровская Е. А. Генезис понятия «Сознание» в истории философии: от античности до нового времени // Дискуссия. 2012. №11. [Электронный ресурс] // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/genezis-ponyatiya-soznanie-v-istorii-filosofii-ot-antichnosti-do-novogo-vremeni> (дата обращения: 04.08.2024).
10. Хоманс Дж. Социальное поведение как обмен // Современная зарубежная социальная психология. Тексты. / Под ред. В.И. Добренкова.. — М., 1984.
11. Шеховцова Л. Ф. Что такое сознание с точки зрения психологии и христианской антропологии? // Труды кафедры богословия Санкт-Петербургской Духовной Академии. 2019. №2 (4). [Электронный ресурс] // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/chto-takoe-soznanie-s-tochki-zreniya-psiologii-i-hristianskoy-antropologii> (дата обращения: 04.08.2024).

М.Р. Богатырёва, Е.Е. Марченко

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ СКВОЗЬ ПРИЗМУ МОТИВАЦИИ И РАЗВИТИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ

M. Bogatyreva, E. Marchenko. Human capital through the prism of motivation and labor resources development

Аннотация. В статье изучены понятие и сущность человеческого капитала, профессионального развития трудовых ресурсов организации. Определены принципы, на которых базируется развитие. Представлен пошаговый план внедрения системы развития персонала в организацию.

Ключевые слова: человеческий капитал, профессиональное развитие персонала, трудовые ресурсы, организация, мотивация.

Контактная информация: 450000, Уфа, К. Маркса ул., д. 12; тел.: (917) 401-69-93; e-mail: bmari78@mail.ru

Abstract. The article examines the concept and essence of human capital, professional development of the organization's workforce. The principles on which development is based are defined. A step-by-step plan for the implementation of the personnel development system in the organization is presented.

Keywords: human capital, professional staff development, human resources, organization, motivation.

Contact information: 12 K. Marksa st., Ufa, 450000; tel.: (917) 401-69-93; e-mail: bmari78@mail.ru

Человеческий капитал – самый ценный ресурс современной организации. Именно благодаря правильному подходу к его развитию, организациям удается достигать высот и сохранять конкурентоспособность. Вопрос развития трудовых ресурсов появился в науке еще давно, но современные исследования продолжают развивать данную идею, через призму всех инноваций.

Исследования экономиста, лауреата Нобелевской премии Г. Беккера внесли весомый вклад в понимание эффективности вложений в человеческий капитал. Его работа «Человеческий капитал», ставшая основой для бесчисленных последующих исследований, вывела на первый план концепцию, которая изменила взгляд на экономику и общество. Экономист определил человеческий капитал как совокупность всех врожденных и приобретенных способностей человека. Сюда входят не только знания и навыки, полученные человеком в процессе образования и профессиональной подготовки, но также и мотивация, накопленный опыт, ценности, способность к обучению и адаптации. Все эти факторы, взаимосвязанные и дополняющие друг друга, определяют человеческий капитал как основу деятельности организации. Стоит отметить, что инвестиции в человеческий капитал несут долгосрочный характер.

В современном мире каждой организации следует инвестировать в человеческий капитал, а именно – в профессиональное развитие трудовых ресурсов.

Потемкин М.С. отмечает, что «развитие человеческого потенциала в процессе формирования профессиональных управленческих компетенций затрагивает ключевую проблему включенности работников в деятельность предприятий и организаций, а именно

Богатырёва Марина Руслановна - кандидат социологических наук, доцент, заведующий кафедрой цифровых технологий в экономике и управлении Уфимского университета науки и технологий

Марченко Елизавета Евгеньевна – магистрант Уфимского университета науки и технологий

M. Bogatyreva - Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Digital Technologies in Economics and Management at the Ufa University of Science and Technology

E. Marchenko - Master's student, Ufa University of Science and Technology

© Богатырёва М.Р., Марченко Е.Е., 2024

мотивы, что отражается на реальном поведении и реальных социальных действиях в приобретении новых знаний, опыта работы приобщенности к коллективному (совместному) труду различных профессионально-квалификационных и статусных групп работников» [9].

Профессиональное развитие строится на определенных принципах: целостность системы развития, проективный характер развития, гибкость и постепенность применения, стимулирование развития и конкретизация потребностей организации [6]. Данные принципы позволяют построить систему профессионального развития трудовых ресурсов, которая будет успешно функционировать благодаря адаптации под внешние и внутренние условия организации.

Развитие имеет важное значение как для организации, так и для самих сотрудников. Организация получает компетентных сотрудников, которые обладают всеми необходимыми навыками, улучшается работоспособность и результативность труда. Повышается вовлеченность, мотивация сотрудников. Это связано с тем, что сотрудники чувствуют себя нужными, чувствуют свою принадлежность к организации. Преимуществом является и то, что благодаря развитию, организация может взрастить собственных талантливых работников. Это решает проблему дефицита кадров, с которой компании сталкиваются сейчас.

Сотрудники получают полезные знания, навыки и опыт, благодаря профессиональному развитию. Они могут раскрыть в себе потенциал, который раньше не замечали. Перед ними открываются новые возможности карьерного и личностного роста. Сотрудники могут повысить квалификацию, пройти переподготовку, развить такие навыки, как коммуникабельность, умение работать в команде, умение быстро принимать решения в условиях неопределенности. Все вышеперечисленное является преимуществом профессионального развития сотрудников.

Профессиональное развитие – это не просто набор одноразовых тренингов, а комплексный процесс, направленный на постоянное повышение квалификации и эффективности персонала [10]. Для того, чтобы внедрить его в организацию, необходимо придерживаться определенного плана.

1. Необходимо определить уровень развития персонала.

Данный шаг является фундаментом. Начать необходимо с глубокой оценки потребностей. Для этого необходимо провести детальный анализ, позволяющий определить, какие знания и навыки необходимы сотрудникам в контексте актуальных задач и будущих целей компании. Обычно на этом этапе применяется тестирование, ассессмент-центр, наблюдение, беседа с руководителями и коллегами, оценка соответствия компетентностей сотрудника профилю должности. По результатам оценки определяются пробелы в развитии сотрудников.

2. Установление целей.

Этап позволяет поставить профессиональные цели перед каждым сотрудником. Необходимо ответственно подойти к постановке цели, так как от этого будет зависеть эффективность обучения, дальнейшая мотивация работника к развитию. Цель можно сформулировать по методике SMART (S- конкретная, M – измеримая, A – достижимая, R – реалистичная, T – ограниченная по времени).

3. Разработка индивидуальных планов профессионального развития.

На основе полученных данных, разрабатывается индивидуальный план, с помощью которого можно достичь поставленной цели. В плане прописываются конкретные шаги, сроки их выполнения. Следует определить критерии оценки прохождения каждого этапа, методы с помощью которых можно будет их оценить. В план могут входить такие мероприятия, как обучение и самообучение, развитие на рабочем месте, обучение на опыте других или создание специальных заданий [8]. Обучение и самообучение представляет собой курсы, тренинги, лекции и семинары. Развитие на рабочем месте – это внедрение новых,

непривычных для сотрудника методик, в его рутину. Обучение на опыте других – наставничество, при котором сотрудник может обратиться к более компетентному коллеге и перенять его опыт. Специальные задания представляют собой проекты, которые направлены на развитие определенных компетенций сотрудника.

4. Поддержка и обратная связь.

На каждом этапе сотруднику необходима поддержка и обратная связь. Обратная связь должна быть регулярной. Руководители должны регулярно обсуждать с сотрудниками прогресс в достижении целей, помогать решать возникшие проблемы и корректировать план при необходимости. Сотрудники, в свою очередь, делятся эмоциями и идеями со своими руководителями. Такой обмен информацией поможет быстро исправлять ошибки, в случае их появления.

5. Оценка результатов.

На данном этапе проводится оценка результатов плана профессионального развития сотрудников. Проверяется, достигнута ли поставленная цель, какие новые знания и навыки приобрел сотрудник. Данный этап показывает, насколько эффективен разработанный план и какие доработки необходимы в дальнейшем.

Профессиональное развитие трудовых ресурсов – это инвестиции в будущее организации. Постоянное развитие персонала невозможно без мотивации сотрудников, повышения уровня их лояльности к организации и вовлеченности.

Достичь высокого результата в предпринимательской деятельности невозможно без квалифицированного и мотивированного персонала, который бы не просто исполнял трудовые поручения, а сам проявлял инициативу и становился драйвером для повышения эффективности всех бизнес-процессов.

Под мотивацией персонала следует понимать целенаправленное побуждающее воздействие на работника с целью получения нужного уровня эффективности трудовой деятельности. Мотивация имеет большое значение для управления трудовыми ресурсами каждой организации, так как с помощью ее инструментов является возможным добиться максимального использования человеческого капитала для достижения поставленных целей в трудовой сфере. Практическое применение знаний о мотивации происходит в виде определенных методов воздействия на трудовое поведение персонала, посредством которых формируется возможность повышения качества и эффективности управления трудовой деятельностью в организации.

При этом бесспорным является необходимость использования как внешних, так и внутренних факторов, вызывающих у персонала заинтересованность в высоких результатах своего труда.

Чем большее внимание уделяется данному вопросу, тем на большую результативность труда сотрудников можно рассчитывать. В то же время максимально задействуется весь человеческий капитал, который в настоящее время имеет высокую значимость для достижения поставленных целей и получения конкурентных преимуществ.

Следует отметить сложность понятия «мотивация», которое находит применение в разных сферах и отраслях деятельности.

«Мотивация сотрудников занимает одно из центральных мест в управлении персоналом» [1–3]. Применение мотивации является важной частью современной управленческой деятельности, так как она позволяет оказывать влияние на большинство процессов внутренней среды организации (см. рис. 1).

Как можно увидеть из рисунка, практически все аспекты управления определенным образом пересекаются с необходимостью мотивации, как драйвера реализации других функций и элементов внутренней среды организации. По мере повышения значимости персонала в деятельности современной организации, возрастает и роль мотивации, как

основного инструмента, позволяющего добиться максимального использования человеческого потенциала для достижения поставленных целей.

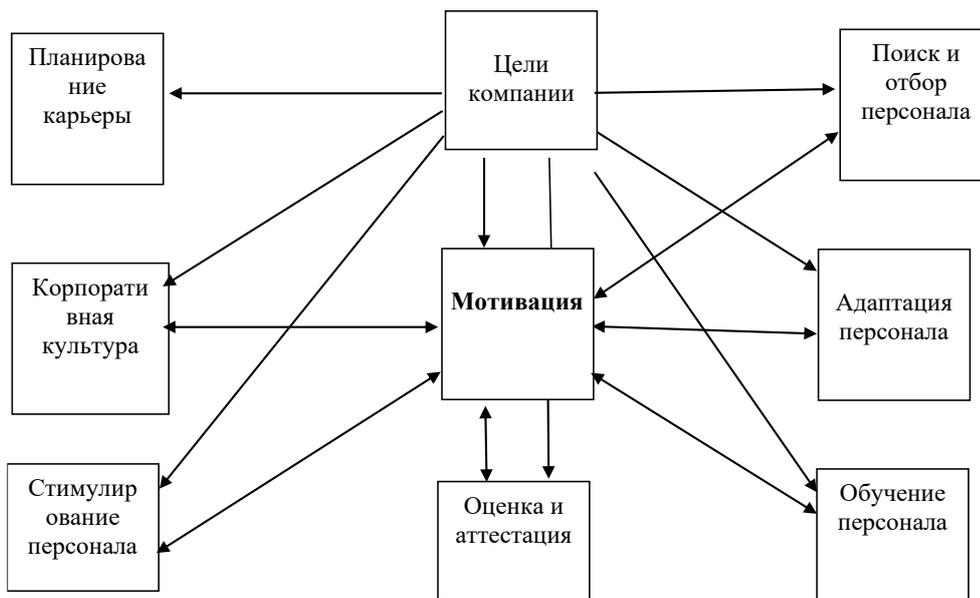
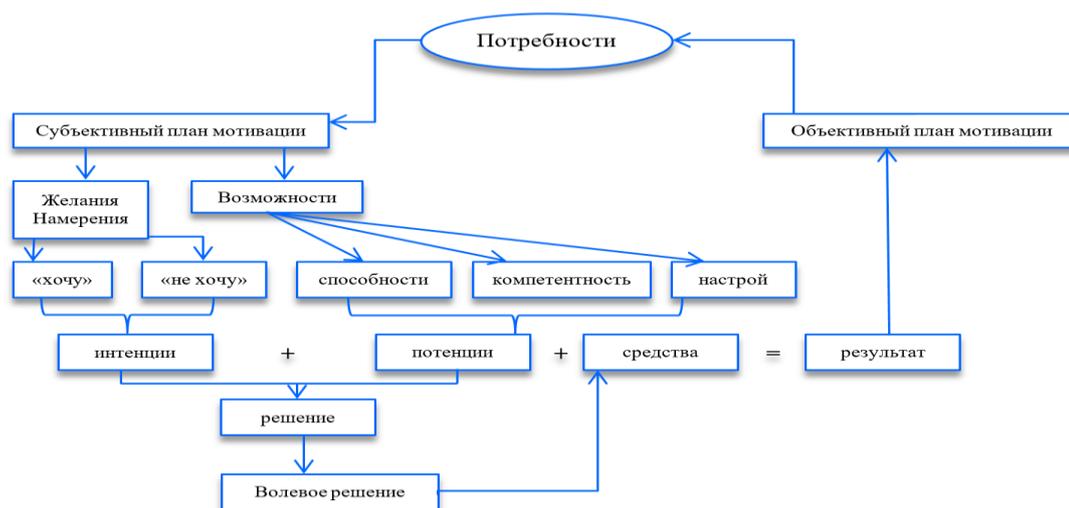


Рисунок 1. Мотивация в системе управления

Чтобы понять суть мотивации, необходимо принимать во внимание ряд факторов, побуждающих человека действовать в усиленном режиме. Основными являются:

- интересы;
- потребности;
- мотивы.

В своей взаимосвязи перечисленные факторы формируют структуру, в рамках которой внутренние побуждения имеют влияние результативность трудового поведения. Структура мотивации персонала схематично изображена ниже на рисунке 2.



*Интенции – направленность сознания, мышления, цель
Потенция – сила, способности, которые могут проявиться в определенных обстоятельствах*

Рисунок 2. Структура мотивации [11]

Таким образом, структура мотивации базируется на основных факторах, определяющих внутренние интересы наемного работника и использующая их для формирования заинтересованности в максимально достижимых результатах труда.

Целью оценки эффективности мотивации трудовой деятельности работников является выявление проблем и неиспользованных резервов, которые можно было бы задействовать для наиболее полного использования кадрового потенциала. Каждый человек индивидуален, поэтому для формирования наиболее действенных побудителей и способов формирования заинтересованности в высокой эффективности трудовой деятельности необходимо понимание на что делать акцент и какие меры использовать. В конечном итоге проводимый анализ должен стать основой для роста результативности труда и лояльности персонала к организации, находящие отражение в итоговых финансовых показателях деятельности всей организации в целом.

Признаки эффективного воздействия мер по нематериальному стимулированию у персонала перечислены на рисунке 3.

Энергия	<ul style="list-style-type: none"> • Общая энергетика человека, впечатление бодрости, решимости, заинтересованности, активное желание взяться за дело
Ответственность	<ul style="list-style-type: none"> • Желание брать на себя ответственность, расширять полномочия, чувство долга, обязательность
Преданность делу	<ul style="list-style-type: none"> • Профессиональная заинтересованность, желание дальнейшего совершенствования, получение специальных знаний
Навыки	<ul style="list-style-type: none"> • Постоянное приобретение и развитие дополнительных навыков
Целеустремленность	<ul style="list-style-type: none"> • Умение ставить перед собой цели, прикладывать усилия к их достижению
Удовлетворенность	<ul style="list-style-type: none"> • Удовлетворенность трудом, радость от работы, увлеченность, желание совершенствовать работу и самого себя, заниматься саморазвитием

Рисунок 3. Признаки эффективного воздействия мер по нематериальному стимулированию у персонала [5]

Следует отметить, что динамизм, который присущ современному времени, обуславливает регулярный пересмотр текущей ситуации с целью принятия соответствующих положению вещей мер [4]. Без регулярной оптимизации предпринимаемых руководством организации усилий невозможно добиться устойчивого прогресса в формировании заинтересованности персонала в результатах его труда.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что новая мотивационная система, и мотивация труда в целом, которая реализуется в условиях становления рыночных отношений, оказывает действенное воздействие на формирование человеческого капитала, поскольку в настоящих условиях мотивация труда и сама мотивационная структура нацелена не на общество в целом, а на каждого отдельного человека. Получение более высоких материальных благ владельцами человеческого капитала должно приводить к увеличению прироста потребностей различного рода, повышению уровня жизни, а, следовательно, и к повышению мотивации в дальнейшем инвестировании и накоплении человеческого капитала [7], что безусловно будет способствовать конкурентоспособности организации.

Литература

1. Бикметов, Е. Ю. Теория управления: вопросы методологии и производства научного знания / Е. Ю. Бикметов, М. Р. Богатырева, И. А. Тажитдинов // Экономические, информационные и социокультурные основания управления в современных условиях: Сборник научных трудов. – Уфа: УУНИТ, 2023. – С. 5-10.
2. Богатырева, М. Р. Методические подходы к оценке человеческого капитала / М. Р. Богатырева // Наука и творчество: вклад молодежи: Сборник материалов IV всероссийской молодежной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, Махачкала, 08–09 ноября 2023 года. – Махачкала: Типография ФОРМАТ, 2023. – С. 300-305.
3. Богатырева, М. Р. Оценка степени мотивации персонала / М. Р. Богатырева, А. Ф. Сулейманова // People-management в условиях цифровой трансформации экономики: Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции, Уфа, 22 марта 2022 года / Отв. редактор А.Ш. Галимова. – Уфа: Башкирский государственный университет, 2022. – С. 11-14.
4. Евдохина О.С. Основы материального и морального стимулирования труда: теоретический аспект / О.С. Евдохина // Актуальные вопросы современной экономики. – 2021. – № 12. – С. 690-701
5. Иванов И.Н. Организация труда на промышленных предприятиях: учебник / И.Н. Иванов, А.М. Беляев. – М.: Юрайт, 2023. – 305 с.
6. Исаева О. М., Припорова Е. А. Управление персоналом. — М.: Юрайт. 2024. 169 с.
7. Камалтдинова Р.М. Влияние мотивации на воспроизводство человеческого капитала в современных условиях // Креативная экономика. – 2009. – Том 3. – № 9. – с. 42-46. – URL: <https://creativeconomy.ru/lib/3975>.
8. Кязимов К. Г. Управление человеческими ресурсами: профессиональное обучение и развитие. — М.: Юрайт. 2024. – 203 с.
9. Потемкин М.С. Развитие человеческого потенциала в деятельности современного предприятия // Телескоп. 2024. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-chelovecheskogo-potentsiala-v-deyatelnosti-sovremenno-go-predpriyatiya> (дата обращения: 14.08.2024).
10. Пугачев В. П. Управление персоналом организации. — М.: Юрайт. 2024. – 524 с.
11. Ребров А.В. Мотивация и оплата труда. Современные модели и технологии: Учебное пособие / Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики". — Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020. — 346 с.

DOI: 10.24412/1994-3776-2024-3-83-88

УДК: 338.2

О.А. Карпенко, Л.В. Левченко

РАЗВИТИЕ ПОДВИДОВ ГРУППОВОГО И КОЛЛЕКТИВНОГО ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

O. Karpenko, L. Levchenko. Development of subtypes of group and collective human capital

Аннотация. В работе проводится исследование развития группового и коллективного человеческого капитала и потенциала в современной экономике и обществе. Изучаются современные особенности и направления (тенденции) развития групповых и

Abstract. The work examines the development of group and collective human capital and potential in the modern economy and society. Modern features and directions (trends) in the development of group and collective subtypes of human capital and potential in the modern economy and society are studied.

Карпенко Ольга Анатольевна – кандидат экономических наук, ведущий специалист АО «Самаргорэнергосбыт»

Лариса Владимировна Левченко - кандидат экономических наук, доцент, старший научный сотрудник ГБНОУ СО «Академия для одаренных детей (Наяновой)»

O. Karpenko – Candidate of Economics, Leading Specialist of Samaragorenergosbyt JSC

L. Levchenko – Candidate of Economics, Associate Professor, Senior Researcher at GBNOU SO «Academy for Gifted Children (Nayanova)»

© Карпенко О.А., Левченко Л.В., 2024

коллективных подвидов человеческого капитала и потенциала в современной экономике и обществе.

Ключевые слова: групповой и коллективный человеческий капитал и потенциал, групповой и коллективный организационный капитал и потенциал, групповой и коллективный предпринимательский капитал и потенциал, групповой и коллективный социальный капитал и потенциал, групповой и коллективный культурный капитал и потенциал, групповой и коллективный витальный капитал и потенциал, групповой и коллективный духовный капитал и потенциал.

Контактная информация: 443079, г. Самара, ул. Гагарина, 22, стр.1; e-mail: olga180008@yandex.ru

Keywords: group and collective human capital and potential, group and collective organizational capital and potential, group and collective entrepreneurial capital and potential, group and collective social capital and potential, group and collective cultural capital and potential, group and collective vital capital and potential, group and collective spiritual capital and potential.

Contact information: 22 Gagarina st, b. 1, Samara 443079; e-mail: olga180008@yandex.ru

Теория о человеческом капитале достаточно хорошо изучена в научной литературе отечественными и зарубежными учеными, как известными учеными, так и молодыми исследователями.

При этом в экономической литературе особенно мало внимания уделяется экономическим категориям, относящимся к групповым и коллективным формам. Интеллектуальный капитал, а также интеллектуально-духовный капитал, как правило, изучают либо индивидуальный для отдельного человека, либо общий для государства, региона, предприятия. И не уделяют внимания формированию человеческого капитала коллективных больших и малых групп в группах, в проектах, отделах, управлениях, департаментах и т.д. [2, с. 213] А он имеет свои характерные особенности, которые считаем возможным рассмотреть в данной работе.

Отметим, что групповыми и коллективными могут быть и все подвиды человеческого капитала, которые рассмотрим несколько более подробно.

Развитие группового и коллективного интеллектуального и инновационного капитала

Прежде всего, отметим особенности развития группового интеллектуального и инновационного потенциала и капитала человека:

- возможна критика с разных сторон и выявление различных недостатков;
- развитие происходит в коллективной мыслительной и умственной деятельности, при осознании, осмыслении процессов, обобщений, абстракций, аналогий, анализа и синтеза и иных методов мышления;
- развитие идет и в коллективной творческой и креативной деятельности;
- развитие происходит при совместном решении различных жизненных и профессиональных проблем;
- групповое наставничество, передача опыта и советов по лучшему решению вопросов, причем группа может быть как со стороны наставников, так и со стороны наставляемых;
- развитие также идет в процессах совместного коллективного обучения, чтения, посещения развивающих мероприятий, тренингов, семинаров и т.п.;
- развитие идет как правило разнопланово и параллельно в различных сферах и областях;
- коллективное творчество, положительное общение, а также физическая деятельность и активность, которая улучшает умственную работу всей группы;
- коллективная и групповая духовная и религиозная деятельность также улучшает умственную работу и развивает интеллект, интуицию, дает вдохновение, энтузиазм и стимул к инновационному мышлению и озарение и др.

Теперь отметим основные современные тенденции развития группового интеллектуального капитала и потенциала:

- развитие идет в группах при взаимодействии, обучении и ином развитии в группе;
- развитие при созидательном положительном и конструктивном общении в группе одновременно с несколькими лицами, в том числе с помощью ИКТ;
- групповые путешествия, познавательный, образовательный туризм;
- участие в совместных и групповых арт-занятиях, тренингах, семинарах, познавательных мероприятиях и т.д.

И также отметим тенденции развития группового инновационного капитала и потенциала:

- рождение инновационных идей в процессе группового общения, диалога, мозгового штурма;
- созидательное групповое и коллективное положительное и конструктивное общение, наставничество и передача опыта, и новаторское развитие в этих процессах;
- обсуждение в группах инновационных идей и решений, их улучшение и совершенствование;
- совместное принятие решений о внедрении новых идей;
- развитие в группах, выбор направлений совместного развития;
- групповые инновационные проекты и их реализация и др.

В итоге можно сказать, что ключевой тенденцией современного развития интеллектуального и инновационного капитала и потенциала является коллективное обучение, общение, обсуждение, конструктивный диалог, обучение и развитие, развитие групповых форм интеллектуального и инновационного капитала.

Развитие группового и коллективного социального капитала

Основной особенностью развития группового и коллективного социального капитала и потенциала является развитие в процессе общения, разговоров и обсуждений.

Отметим основные современные тенденции развития социального капитала и потенциала:

- созидательное положительное и конструктивное общение в группах, общение одновременно со многими лицами через чаты;
- групповая социальная и общественная деятельность;
- активное участие в жизни семьи, детей и родителей;
- участие, в том числе совместное, в общественных мероприятиях различного характера: трудовых, культурных, социальных, духовных и др. [3, С. 99]

Таким образом, можно заключить, что доминирующим трендом развития группового и коллективного социального капитала и потенциала является общение, взаимодействие с людьми и обогащение социальными связями и опытом с завязываем и поддержанием новых контактов и связей.

Развитие группового и коллективного предпринимательского капитала

Особенностями развития коллективного предпринимательского капитала и потенциала является развитие особого предпринимательского мышления, навыков, качеств характера и способностей.

Отметим основные современные тенденции развития группового предпринимательского капитала и потенциала:

- созидательное положительное и конструктивное общение, наставничество и передача опыта, контент с социальных сетей, групповое общение;
- развитие групповых форм предпринимательства;
- групповое и совместное обсуждение предпринимательских, в том числе инновационных идей и решений, их улучшение и совершенствование;
- совместное принятие решений о внедрении новых предпринимательских идей, направлений;

- формирование предпринимательского опыта и передача его в группу;
- обучение и развитие групп и коллективов в предпринимательском плане, выбор направлений;
- предпринимательские проекты, в том числе инновационные и социальные, культурные проекты и их реализация;
- групповое наставничество, передача опыта и советов по лучшему решению вопросов, причем группа может быть как со стороны наставников, так и со стороны наставляемых;
- социальная ответственность бизнеса;
- развитие интернет-бизнеса и платформенного предпринимательства в сети и др.

В итоге можно заключить, что ключевой тенденцией развития современного группового предпринимательского капитала и потенциала также являются его групповые формы, социальная направленность и ответственность бизнеса, взаимодействие и обмен опытом, социальные сети, интернет-бизнес и предпринимательство.

Развитие группового и коллективного организационного капитала

Значимыми особенностями развития группового организационного капитала являются дисциплина, организация, постановка целей и задач, контроль, руководство и т.д.

Покажем основные современные тенденции развития группового и коллективного организационного капитала и потенциала:

- проектное организационное развитие, которое еще выступает и как трамплин для приобретения опыта и дальнейшего карьерного роста;
- коллективное общение, организационная социальная и общественная деятельность;
- коллективное участие в общественных организационных мероприятиях различного характера: трудовых, культурных, социальных, семейных и иных, [5];
- участие родителей, бабушек и дедушек в организационном развитии детей;
- групповое наставничество, передача опыта и советов по лучшему решению организационных вопросов, причем группа может быть как со стороны наставников, так и со стороны наставляемых;
- коллективное и групповое обсуждение и принятие организационных идей и решений, их совершенствование, как общественных, так и профессиональных;
- формирование коллективного или группового организационного и управленческого опыта, в том числе и в организации и управлении делами семьи;
- обучение и развитие в организационном плане, в том числе совместное, групповое, выбор направлений такого развития;
- групповая и коллективная организация различных мероприятий, встреч, проектов и их реализация и др.

Таким образом, можно отметить, что важнейшей чертой современного развития группового и коллективного организационного капитала и потенциала является карьерное и проектное развитие, наставничество, общение и групповое и коллективное обсуждение организационных вопросов и принятие решений, обмен опытом и взаимодействие.

Развитие группового и коллективного культурного капитала

Особенностями развития группового культурного капитала и потенциала населения России является высокий интерес к такому развитию практически со стороны всех групп населения и активное культурное развитие, повышение грамотности и просвещение в сфере культуры и самостоятельное занятие творчеством и самодеятельностью.

Выявим основные современные тенденции группового развития культурного капитала и потенциала:

- групповое общение и способствование повышению культурного уровня и развития, в том числе семей, культурное развитие и просвещение детей;
- коллективное участие в общественных культурных мероприятиях;
- совместное повышение культурного уровня развития, грамотности и этикета;
- участие родителей, бабушек и дедушек в повышении культурного уровня внуков;
- обучение, в том числе совместное, различным видам культуры и искусства;
- совместное развитие в культурном плане в процессе просмотра фильмов, концертов, выставок, спектаклей, экскурсий и т.д.;
- групповые путешествия с культурной программой других народов, местностей и стран, познавательный туризм [4, с. 72];
- участие в арт-занятиях, культурных и творческих мероприятиях;
- групповые мероприятия, поездки и походы в группах и т.д.

В итоге можно констатировать, что ключевой тенденцией современного развития группового культурного капитала и потенциала является совместное общение, просвещение, обучение и развитие в культурном плане, повышение культурного уровня и культурной грамотности, посещение различных культурных мероприятий, совместные занятия творчеством и т.д.

Развитие группового и коллективного витального капитала

Основными особенностями развития человека в витальном плане является обязательность прохождения таких жизненных вех, как создание семьи и воспитание детей и уход за пожилыми и больными членами семьи, а также ведение здорового образа жизни.

Витальный капитал более индивидуален по сравнению с другими подвидами человеческого капитала, реже представлен коллективами, чаще – группами, но возможно и групповое развитие.

Определим основные современные тенденции развития группового витального капитала и потенциала:

- занятия в группах здоровым образом жизни;
- занятия в группах физической культурой, фитнесом и другими занятиями (пилатес, йога, шейпинг);
- групповые занятия женскими практиками;
- групповые занятия мужскими видами спорта и активности;
- групповой отдых и выезды на природу;
- групповой общественно-полезный созидательный труд;
- групповые путешествия, походы, встречи и любые положительные эмоции др. [6, с. 172].

Таким образом, главной тенденцией современного развития группового витального капитала и потенциала является положительное, групповое полезное и развивающее времяпрепровождение с учетом сохранения и восстановления здоровья, красоты, самочувствия и трудоспособности, а также выполнение жизненно важных вех на своем пути.

Развитие группового и коллективного духовного капитала России

Основными особенностями развития духовного капитала человека является жизнь на основе духовных принципов и ценностей, которые являются маяками и путеводной звездой на жизненном пути, особенно в случае еще и понимания и соблюдения религиозных заповедей.

Духовный капитал благодаря коллективной религиозной деятельности, службам и духовным мероприятиям, довольно хорошо развит в групповых (совместные молитвы и духовная деятельность) и коллективных формах (службы в храмах).

Отметим основные современные тенденции развития коллективного духовного капитала и потенциала:

- групповое общение, способствующее повышению духовного уровня и развития,
- коллективное участие в общественных духовных мероприятиях;
- коллективное участие в повышении духовного уровня детей, подростков и взрослых;
- духовное групповое обучение и образование, в том числе и членов семьи;
- групповое повышение духовной грамотности и духовного интеллекта своего и членов семьи;
- трудности в духовном воспитании и развитии детей, подростков и молодежи в связи с мировой тенденцией к духовной деградации, однако в России начинается, наоборот, тенденция к духовному росту, однако трудности имеются [1, с. 32];
- групповые паломнические путешествия и поездки, прогулки;
- коллективное и групповое участие в духовных и религиозных мероприятиях, прослушивание духовной музыки и фильмов, духовное творчество, в том числе совместное;
- коллективное и групповое участие в общественных мероприятиях духовной направленности: помощь людям, благотворительность, благоустройство и т.д.

В итоге можно заключить, что важнейшей тенденцией современного развития коллективного и группового духовного капитала и потенциала населения России является групповое и коллективное духовное общение, повышение духовного уровня и духовной грамотности, а также духовное развитие и духовное творчество, в том числе семейное и групповое.

Литература

1. Карпенко О.А. Проблемы, связанные с формированием и применением коллективного интеллектуального капитала // Экономика XXI века. Сборник материалов III Международной научно-практической конференции. Новосибирск, 2023. С. 29-33.
2. Карпенко О.А. Развитие подвидов человеческого капитала в современной экономике // Ключевые позиции и точки развития экономики и промышленности: наука и практика. Материалы II Международной научно-практической конференции. Липецк, 2022. С. 213-217
3. Карпенко О.А. Развитие социального капитала современных семей с детьми // Психология личности в трансформирующемся мире: воспитание, развитие, социализация. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. Под редакцией И.П. Краснощеченко, И.И. Пацакула. Калуга, 2023. С. 96-103.
4. Карпенко О.А. Развитие, взаимосвязь и взаимодействие отдельных подвидов человеческого капитала // Цифровые инструменты обеспечения устойчивого развития экономики и образования: новые подходы и актуальные проблемы. Сборник научных трудов III-й Национальной научно-практической конференции (с международным участием). В 2-х томах. Орел, 2024. С. 69-73.
5. Карпенко О.А., Левченко Л.В. Взаимосвязь и взаимодействие отдельных подвидов в составе человеческого капитала. Москва, 2024. 109с.
6. Карпенко О.А., Левченко Л.В. Развитие основных подвидов человеческого капитала в условиях современной экономики // Технологические инновации и научные открытия. Сборник трудов по материалам XII Международного конкурса научно-исследовательских работ. Уфа, 2023. С. 165-174.

М.С. Потемкин

СОЦИАЛЬНОЕ ЗДОРОВЬЕ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

M. Potemkin. Social health as a factor in the development of human potential

Аннотация. В процессе индустриального развития страны все чаще обращается внимание на развитие человеческого потенциала, социальное здоровье участников деятельности на предприятиях и в организациях. В статье раскрывается сущность и показатели социального здоровья, отражающие возможность использования человеческого потенциала в решении общественно значимых задач. Осуществлено концептуальное предположение о учете факторов, определяющих социальное здоровье человека в стратегии развития предприятий и организаций: эмпирически доказано влияние социального здоровья на развитие человеческого потенциала участников процесса труда и управления.

Ключевые слова: социальное здоровье, индустриальное развитие, человек, потенциал, жизнедеятельность, жизнеспособность, жизнеобеспечение, среда обитания, девиация, потребности, духовность, образ жизни, управление.

Контактная информация: 193023, Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д.30/32, тел.: 8 (812) 310-40-08; e-mail: dept.ksocupr@unecon.ru

Abstract. In the process of industrial development of the country, attention is increasingly drawn to the development of human potential, social health of participants in activities at enterprises and organizations. The article reveals the essence and indicators of social health, reflecting the possibility of using human potential in solving socially significant problems. A conceptual assumption is made about taking into account the factors determining human social health in the development strategy of enterprises and organizations: the influence of social health on the development of human potential of participants in the labor and management process is empirically proven.

Keywords: social health, industrial development, man, potential, life activity, viability, life support, habitat, deviation, needs, spirituality, lifestyle, management.

Contact information: 30-32 Griboedov Canal Emb., Saint-Petersburg, 193023; tel.: 8 (812) 310-40-08; e-mail: dept.ksocupr@unecon.ru

В системе корпоративного управления предприятиями сочетаются различные формы инновационной деятельности, среди которых вовлечение в научно-инновационный процесс различных профессионально-квалификационных и статусных групп работников; программно-целевая ориентация различных контактных, локальных и глобальных групп персонала в решении общественно значимых задач; корпоративно-целевая программа научного и технико-технологического взаимодействия всех без исключения функциональных структур предприятий в формировании нового подхода к использованию производственных мощностей, техники и технологий; формирование организационных и информационно-цифровых технологий совершенствования стратегического и тактического управления кооперативной деятельностью предприятий. И все же мы отмечаем объективизацию и значение корпоративных стратегий развития инновационного процесса на предприятиях в контексте человекоориентированного управления всеми без исключения производственными единицами, входящими в общий технолого-инновационный процесс производства товаров и услуг. Кроме того, организация проектных групп, обеспечивающих инновационный процесс, является в стратегии развития предприятий приоритетной. Данные инновационные группы стоят у истоков взаимодействия и социально-профессионального

партнерства между персоналом предприятий инновационного типа; формирование технологической последовательности управленческих решений и социальных действий по вовлечению работников в инновационный процесс; обеспечивает социально-профессиональную мобильность работников в формировании новых качеств интеллектуального труда [1]. Если суммировать проектную определенность инновационного процесса в работах А.В. Велькова [2], С.В. Ильдеменова [3], Н.Н. Молчанова [4], А.В. Годосийчука [5], то можно предположить, что модель последовательности и взаимодействия различных элементов корпоративного инновационного проекта может быть следующей (см. рис. 1).

Однако в этом случае необходимо принять во внимание, что личность участника инновационного процесса, как правило, выражается признаками собственного «Я» и той социальной ролью, которую она выполняет в процессе коллективной деятельности. Вполне оправдан тезис И.С. Кона, который писал, что «интернализованная роль - это внутреннее определение индивидом своего положения и его отношение к этому положению и вытекающим из него обязанностям». [6] Отметим также, что в современных условиях развития информационно-цифровых технологий, используемых в проектировании инновационной деятельности, формируется новая социальная реальность, состоящая в усилении внимания к человеческому фактору, фактору человекоориентированного управления. Обусловлено это положение тем, что человек, с одной стороны, является активным проводником технико-технологических инноваций, с другой, максимально подвержен их влиянию и, как следствие, особо важное значение приобретают такие его качества, как наличие знаний, умений и опыта работы, компетенции, коммуникативность, предприимчивость, развитость профессионального мышления и рациональность в поведении.



Рисунок 1. Модель последовательности и взаимодействия различных элементов корпоративного инновационного проекта

В последнее время в проектировании инновационных процессов на предприятиях отмечается, что социализация личности происходит не только в процессе информационного обмена в коллективной деятельности, но в большей степени в киберпространстве, то есть происходит киберсоциализация человека, в процессе которой осуществляется по определению В.А. Плешакова «процесс качественных изменений структуры самосознания личности и мотивационно-потребностной сферы индивидуума, происходящий под влиянием и в результате использования человеком современных информационно-коммуникационных, компьютерных, электронных, цифровых, мультимедиа, мобильной сотовой связи и интернет-технологий в контексте усвоения и воспроизводства им культуры в рамках персональной жизнедеятельности» [7].

Не вызывает сомнений тот факт, что складывающаяся киберсреда предполагает изменение в социально-психологической подготовке личности к нововведениям, в уровне цифровой компетенции, формировании новых этических стандартов, деятельности и т.п. Как нам представляется Р.М. Айсина и А.А. Нестерова очень удачно определили уровень киберсоциализации индивидов в молодежной среде (см. рис. 2) [8].

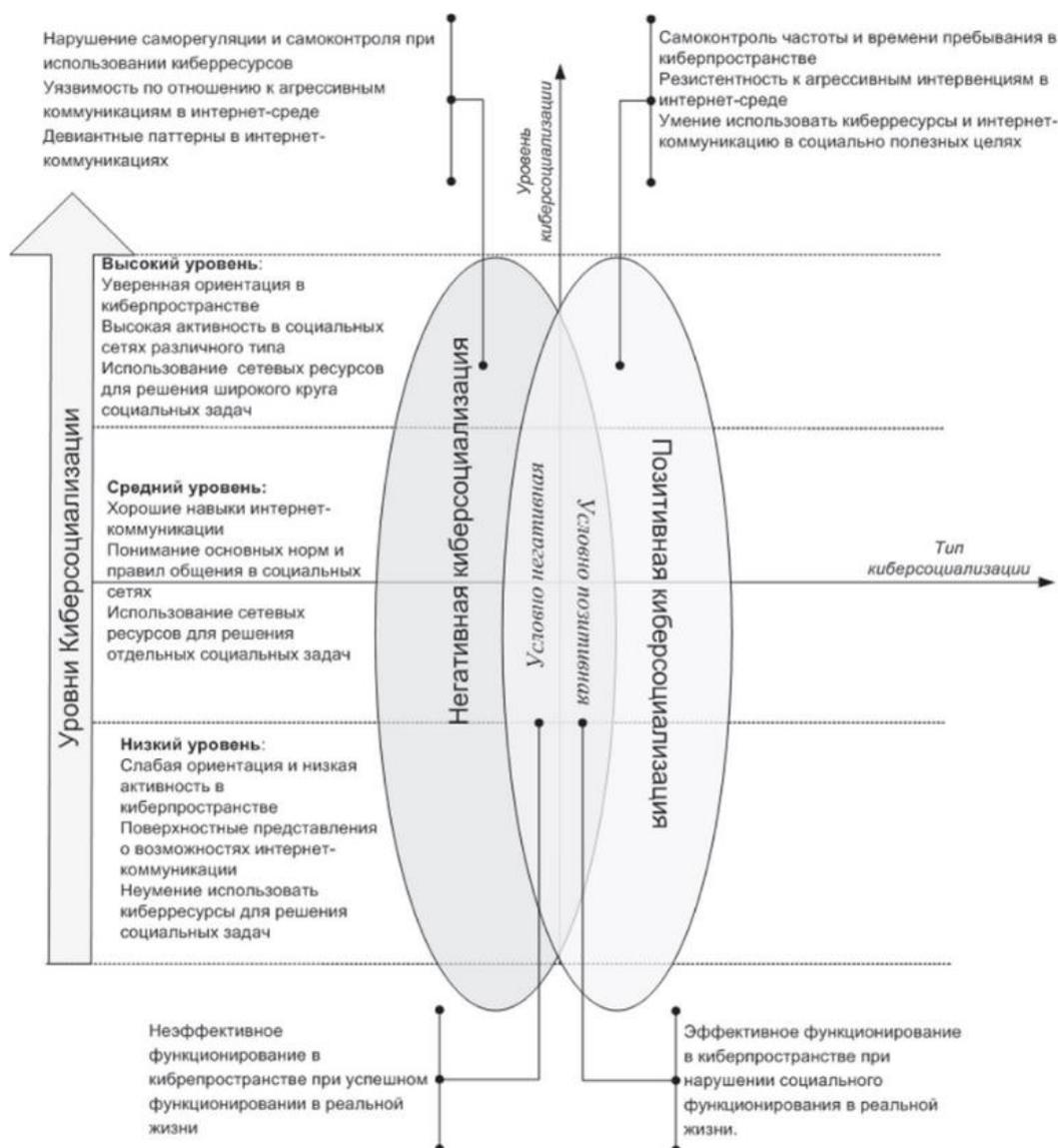


Рисунок 2. Уровни киберсоциализации индивидов [8]

С целью концептуального подтверждения необходимости в проектировании инновационной деятельности, учета социализации работников, их включенности в технологическое преобразование предприятий воспользуемся материалами исследования, проведенного нами в 2022-23 годах [9].

Социализация человека в процессе коллективной деятельности с использованием современных, организационных и информационно цифровых технологий дает основание по новому подходить к механизму корпоративного управления на основе таких принципов, как самоорганизация и саморазвитие. И в этом случае является безусловной задачей определения существенных характеристик социально-профессионального конструкта личности работников. Также безусловно, что знания, степень обновления которых в современном российском обществе составляет 3-5 лет, становятся основой не только жизнедеятельности, но и жизнеспособности человека, а также стремления молодежи к самоопределению в профессиональной деятельности. Жак Фитц-Енц и Барбара Девисон в своих оценках практического менеджмента отмечают усиленную ориентацию на людей, которые стремятся учиться, расти, развиваться и получать от жизни больше. [10]

Необходимо заметить, что значительная группа работников, в основном, после окончания высших учебных заведений отмечают ограничения в использовании своих новых знаний в сфере деятельности предприятий и организаций, а именно: в постоянном росте цен (64,7%), низком уровне заработной платы (53,9%), в коррупции (35,1%), в бюрократизации общественных отношений (30,0%), в ухудшении межнациональных отношений (12,0%). Данные проявления в системе общественных отношений вызывают чувство тревоги и страх (56,6%), чувство беспомощности (19,1%), склонность к употреблению наркотиков и алкоголя (19,6%), склонность к девиантному поведению (14,7%>) при одновременном повышении чувства ответственности перед семьей (42,0%>) и перед обществом (21,0%). Кроме того, молодые рабочие на предприятиях и в организациях сталкиваются с:

- принижением на предприятии общечеловеческих и профессиональных качеств молодёжи — 85,0%;
- проявлением недоверия со стороны руководителей и «старожил» к молодёжи при выполнении ответственных и хорошо оплачиваемых работ -78,0%;
- принуждением со стороны руководителей к выполнению работ более низкой квалификации, рутинных операций и функций - 67,0%;
- втягиванием молодёжи во внутригрупповые конфликты, «подставы», интриги - 58,0%;
- организации труда молодёжи по остаточному признаку - 42,0%;
- отстранения молодёжи от вопросов стратегического планирования инновационного развития, работ, характеризующихся как «ноу- хау», имеющих статус коммерческой тайны - 40,0%;
- выполнением за счет молодёжи общественных работ по благоустройству, уборке и т.п. - 34,0%.

А ведь современная молодежь имеет преимущественную подготовку в использовании на практике информационных и цифровых технологий.

Можно полагать, что новые знания в сфере организации, планирования, управления, координации и стимулирования профессиональной деятельности применяются не в полной мере, а такие показатели как рефлексивность, идентичность, этичность, духовность, креативность, обучаемость, коммуникабельность, ответственность практически не применяются в лексиконе работников управления. Среди этой категории работников достаточно серьезно развиты такие приоритеты в управлении как:

- престиж, удовольствие, удовлетворенность (32,5%);
- власть и влияние, т.е. право принимать решение (26,3%);

- высокий жизненный уровень и комфорт, обеспечиваемый оплатой (16,3%);
- возможность внести свой вклад в дело (15,0%);
- карьера, т.е. продвижение вверх (4,8%);
- присутствие элемента состязательности и «вызова» (3,8%);
- возможность самореализации как личности (1,3%).

Молодые специалисты достаточно высоко оценивают полученные в вузе знания не только с позиции их профессионализации, но и формирования гражданской позиции: чувство долга (82 %), чувство собственного достоинства (72,1 %), ответственности перед обществом (64 %), верности традициям (47,5 %), честности и порядочности (58 %).

Участие в проведении эмпирического исследования процессов формирования деятельной позиции личности позволило установить, что в современных условиях деятельная позиция личности в коллективе предприятия проявляет себя за счет активности в труде - 37%, проявлении инициативы в решении производственных вопросов - 41%, рационализаторских предложений — 2%. Причем, более 55% респондентов полагают, что в ближайшее время ничего к лучшему не изменится в коллективе предприятия, а 77% полагают, что мера экономической и социальной ответственности повысится, что приведет к увеличению продолжительности рабочего времени на 1,5-2,0 часа, работе в выходные дни и ночную смену, сокращению времени очередного ежегодного отпуска.

Результатом ограничений в формировании деятельной позиции личности в коллективе предприятия стало то, что только 9% рабочих основного производства и 8% мастеров считают, что качество продукции находится на высоком уровне; 17% рабочих и 38% мастеров оценивают свою работу как брак; 30% рабочих считают, что руководители относятся к бракоделам снисходительно, по причине того, что «и так не кому работать». 49% рабочих назвали систему стимулирования труда порочной и только 7% рабочих считают, что работают эффективно и качественно и занимают ответственную позицию¹.

Несомненно, новые информационные и цифровые технологии в проектировании инновационной деятельности обеспечивают новый взгляд на жизнедеятельность и жизнеобеспеченность работников предприятий. Так, под влиянием технологий возникают новые идеи, ценности, профессии, меняется культура. Человек, с одной стороны, является активным проводником технологических инноваций, с другой - максимально подвержен их влиянию.

Одной из задач цифрового общества является поиск инструментов, методов вовлечения своих членов в активную деятельность по созданию новых продуктов, идей, технологий в противовес всепоглощающему обществу потребления [11].

В цифровой среде не только изменяется характер коммуникации, возникают новые каналы и способы передачи данных и информации, но также, в коммуникацию встраивается искусственный интеллект. Вследствие развития нейросетей и алгоритмов машинного обучения чат-боты и роботы наравне с человеком участвуют в коммуникации, оказывают услуги консультирования, направляют действия людей, позволяют осуществлять социально-психологическую диагностику, способны выступить в качестве самостоятельного собеседника в диалоге (пример голосовых помощников Алиса). Чат-боты имеют возможность, вступая в коммуникацию с индивидами в цифровом пространстве, провоцировать рост социальной напряженности в диджитал-среде, воздействуя на ход социальных процессов и в физическом пространстве.

В условиях киберсреды человек легко скрывает или трансформирует свою идентичность, физически становится невидим для собеседника. Синхронность и эмоциональная «подстройка» индивидов в физической среде приобретают иной характер в

¹ Исследование проведено на четырех предприятиях холдинга «Спектр» (в т.ч. рабочих 611, мастеров 43, начальников участков 7) под руководством д.с.н., проф. С.Г. Михайлова и д.э.н., проф. В.К. Потемкина

виртуальном пространстве - поведение становится асинхронным, пространственно, темпорально и эмоционально не согласованным. Незамедлительные реакции живого общения заменяются тщательно обдумантыми ответами в электронной коммуникации, отложенной во времени. Взаимодействующие индивиды «достраивают» мысленный образ партнера, наделяя его несуществующими фёртами, которые основываются на искусственно сконструированной идентичности [12].

А это своего рода ограничение включенности человека в созидательную коллективную деятельность.

Совершенно не случайно приоритетной является позиция проектирования инновационной деятельности на предприятиях с учетом факторов готовности преобразованию сферы труда и управления, а именно: социальная организационная и экономическая диагностика деятельности; информационное обеспечение деятельности предприятия и управления; оценка уровня профессионализации персонала, определение степени соответствия инновационных оргструктур характеру деятельности предприятия моделирование и регулирование отношений между субъектам: производственной деятельности [13]. И, как следствие, в проектной деятельности целесообразно установить отношение индивидов к возможности изменений в технико-технологической, производственной, экономической и социально психологической структуре деятельности предприятия; оценить уровень возможной самостоятельности в разработке инновационных проектов без какого-либо административного давления; зафиксировать соответствие интересов и ожиданий наемных работников и руководящего состава предприятий; критически подойти к процессам взаимодействия работников, относящихся к управляющей и управляемой подсистемам предприятия; определить параметры социально-психологического климата и уровень его конфликтности; определить причины сдерживания эффективной и, возможно, инновационной деятельности; зафиксировать факт лояльности и удовлетворенности работников своей деятельностью на предприятии; установить возможности стимулирования труда наиболее одаренных и профессиональных работников. Эти «установления» в инновационной проектной деятельности соотносятся с идеей В.А. Ядова, который полагал, что «...в ближайшей перспективе именно такой тип отношения к труду можно рассматривать как предметно-нормативный, отвечающий объективным требованиям общественного производства и общественного значимым задачам» [14].

Литература

1. Краюхин Г.А., Шайбакова Л.Ф. Опыт и проблемы экономического регулирования нововведений в России // Известия СПбГУЭиФ. 2001. №4. С. 45-48.
2. Бельков А.В. Механизм корпоративных стратегий управления инновационной деятельностью / А. В. Бельков; С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов. - [Препр.]. - СПб. : Изд-во С-Петерб. гос. ун-та экономики и финансов, 1997. - 19 с.
3. Ильдеменов С.В. Управление нововведениями в промышленности: автореферат дис. доктора экономических наук: 08.00.05 / С.-Петербург, ун-т экон. и финансов. - Санкт-Петербург, 1992. - 26 с.
4. Молчанов Н.Н. Инновационный процесс: организация и маркетинг: Учеб. пособие / Н. Н. Молчанов; Санкт-Петербург, гос. ун-т. - СПб.: СПбГУ, 1994. - 102 с.
5. Тодосийчук А.В. Формирование экономического механизма управления инновационными процессами // Экономика и коммерция. 1995. Вып. 3
6. Кон И.С. Социология личности. - М., 1967. С. 25
7. Плешаков, В.А. Теория киберсоциализации человека. Монография / под общ. ред. чл.-корр. РАО, д.п.н., проф. А.В. Мудрика. - М.: МПГУ «HomoCyberus», 2011. - 400 с.
8. Айсина Р.М., Нестерова А.А. Киберсоциализация молодежи в информационно-коммуникационном пространстве современного мира: эффекты и риски // Социальная психология и общество. 2019. Т. 10. № 4. С. 42-57.
9. Потемкин М.С. Проектное управление в деятельности современных рекламных предприятий. - СПб.: Изд-во Инфо-Да, 2023. - 65 с.

10. Фитц-енц Ж., Девисон Б. Как измерить HR-менеджмент / пер. с англ. И. Ющенко. М.: Изд-во ГИППО, 2009. - 349 с.

11. Герасимчук З.В., Голуб Н.Н., Сторожук Р.П. Социальные аспекты цифровой экономики // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. 2020. №1 (50).

12. Вельмисова Д.В. Ценностно-смысловые аспекты развития культуры сотрудничества в профессиональной деятельности // Российский научный журнал «Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований». № 4(8) 2022. - С. 63-70.

13. Информационные и цифровые технологии в деятельности предприятий и организаций. - Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2023. - 213 с. - ISBN 978-5-7310-5867-4

14. Ядов В.А. Отношение к труду: концептуальная модель и реальные тенденции // Социологические исследования. - 1983. - №3. - с. 60-61

DOI: 10.24412/1994-3776-2024-3-95-103

УДК: 316.4

Д.В. Вельмисова

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ БРЕНДОМ РАБОТОДАТЕЛЯ

D. Velmisova. Organizational identity in the employer brand management system

Аннотация. В статье рассматривается проблема формирования бренда работодателя, который исследуется во взаимосвязи с культурой труда, смыслами в деятельности, организационной идентичностью. Управление брендом работодателя в условиях цифровой экономики выходит за пределы формирования благоприятных условий труда и включает в себя человекоориентированный подход к развитию человеческого потенциала организации, когда высококвалифицированные, вовлеченные и удовлетворенные работники демонстрируют организационно-гражданское поведение, создающее репутацию организации в представлениях целевых аудиторий. Предлагается интерпретация «корпоративного характера», отражающего человеческие характеристики, которые обычно идентифицируются с организацией, с учетом структуры терминальных и инструментальных смыслов, предопределяющих восприятие целей деятельности и моделей их достижения.

Ключевые слова: организационная идентичность, корпоративный характер, бренд работодателя, работники, смыслы в деятельности.

Abstract. The article examines the problem of employer brand formation, which is studied in connection with work culture, meanings in activities, and organizational identity. Employer brand management in the digital economy goes beyond the formation of favorable working conditions and includes a human-oriented approach to the development of the organization's human potential, when highly qualified, involved and satisfied employees demonstrate organizational and civil brand-oriented behavior that creates the organization's reputation in the minds of target audiences. An interpretation of the "corporate character" is proposed, reflecting human characteristics that are usually identified with the organization, taking into account the structure of terminal and instrumental meanings that predetermine the perception of activity goals and models for achieving them.

Keywords: organizational identity, corporate character, employer brand, employees, meanings in activities.

Вельмисова Дарья Владимировна - кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и управления персоналом Санкт-Петербургского государственного экономического университета

D. Velmisova – Candidate of Social Sciences, associate professor at the Department of Sociology and Human Resource Management, Saint-Petersburg State University of Economics.

© Вельмисова Д.В., 2024

Контактная информация: 193023, Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д. 30/32; e-mail: daria-babiy@yandex.ru

Contact information: 30-32 Griboedov Canal Emb., Saint-Petersburg, 193023; e-mail: daria-babiy@yandex.ru

Современные условия деятельности организаций и предприятий характеризуются возрастанием конкуренции, которая во многом реализуется в информационно-коммуникативном пространстве. В экономике впечатлений конкуренция затрагивает сферу социальных взаимодействий, в процессе которых проявляются и реализуются ценности и смыслы личности. Отношения личности к окружающему миру, которые проявляются в действиях, также переживаются в виде эмоций, впечатлений, оказывающих воздействие на выбор стратегии поведения. В этом контексте по-новому интерпретируется брендинг, который приобретает междисциплинарный характер и исследуется как современная управленческая технология. В качестве основы брендинга рассматривается опыт человека — клиента, кандидата, работника.

Создавая сильный бренд, организации стремятся сформировать определенное впечатление или имидж в сознании работников, клиентов, партнеров, территориального или профессионального сообщества, отличающие их от конкурентов. Сильный бренд работодателя позволяет организации создать сообщество единомышленников, людей внутри и вне организации, разделяющих ценности бренда, и добровольно развивающих бренд во внешних и внутренних коммуникациях. На основе анализа потребностей, ценностей и смыслов целевых аудиторий в процессе создаются уникальные рабочие места для профессионалов, чьи знания и навыки позволяют организациям и предприятиям достигать конкурентоспособности. Не случайно одним из главных этапов формирования и позиционирования бренда признается *диагностический этап*, в рамках которого исследуются предпочтения целевых аудиторий: ценностно-смысловые приоритеты, уровень удовлетворенности их реализацией в сотрудничестве с текущим работодателем; структура рынка труда, средний уровень заработных плат; содержание ценностного предложения компаний-конкурентов.

Формирование бренда возможно в двух формах – как саморегулирование, которое осуществляется спонтанно в процессе реагирования организации на изменения, и целенаправленное регулирование, имеющее проактивный и стратегически ориентированный характер. Целенаправленность предполагает также наличие субъекта управления брендингом.

Хаотичное неуправляемое формирование бренда приводит к возникновению слабоструктурированного информационного пространства вокруг и внутри организации, затрудняет позиционирование на рынке труда, негативно влияет на репутацию и имидж.

В одном из последних исследований *Р. Мосли и Л. Шмидт [14]* предлагают рассмотреть этапы цикла брендинга через реализацию ряда задач.

1. Формирование четкого понимания бизнес-целей организации и талантов, необходимых для достижения этих целей.

2. Оценка восприятия имиджа текущего бренда работодателя среди потенциальных сотрудников и опыта взаимодействия с брендом работодателя действующих сотрудников. Диагностика и определение, как опыт взаимодействия соотносится с ожиданиями ключевых целевых групп талантов.

3. Определение ценностного предложения (EVP) и тех его компонентов, которые сделают организацию наиболее привлекательным местом для работы.

4. Создание структуры бренда работодателя, определение руководящих принципов, креативных элементов, в совокупности отражающих имидж, который необходимо создать, и эмоции, которые создает бренд.

5. Создание увлекательного контента и опыта взаимодействия работников с организацией, который позволит реализовать ценностное предложение соответственно ожиданиям целевой аудитории.

6. Активное взаимодействие с аудиторией через выбранные каналы коммуникации.

7. Мониторинг и измерение эффективности брендинга.

8. При необходимости корректировка стратегии брендинга и индивидуальной маркетинговой деятельности по подбору персонала, чтобы улучшить результаты.

Поэтапное формирование бренда работодателя затрагивает вопросы организационной культуры и формирования идентичности. Не случайно уже в 2004 году С. Тику и К. Бакхаус обратили внимание на взаимосвязь идентичности и HR-бренда. Исследователи предложили модель HR-бренда, согласно которой конечная эффективность работы сотрудников зависит от их лояльности компании, сформированной организационной идентичностью и культурой. В то же время, способность бренда работодателя быть конкурентоспособным на рынке труда и привлекать новых работников будет зависеть от того, какой имидж у данного бренда создают ассоциации с ним у его целевой аудитории (рис. 1).



Рисунок 1. Модель HR-бренда К. Бакхаус и С. Тику [11]

Данная модель опирается на теории социальной идентичности, согласно которым одним из источников формирования самооценки и самосознания людей является принадлежность к определенным социальным группам. Другими словами, репутация группы, с которой человек себя идентифицирует, влияет на его самооценку. Как следствие, когда потенциальные работники обнаруживают информацию о положительных характеристиках бренда работодателя, значимых для них лично, они с большей вероятностью идентифицируют себя с брендом и с большей вероятностью предпочтут стать членом данной организации. Это объясняется ростом самоуважения, связанным с приобретением подобного статуса.

В контексте демографического кризиса и квалификационного дисбаланса организации и предприятия сталкиваются со сложностями в поиске подходящих специалистов, их привлечении и удержании. Это обуславливает актуализацию технологий формирования идентичности, как профессиональной, так и корпоративной. Другими словами, в современных условиях организации и предприятия заинтересованы как в повышении производительности труда, так и в формировании *бренд-ориентированного поведения работников*, когда они с гордостью высказываются в пользу бренда работодателя и самой организации и работают для реализации целей организации.

Вместе с тем, бренд-ориентированное поведение предполагает *создание единого информационного пространства, единых ценностей и принятия данных ценностей работниками*. Идентификация работниками себя с брендом направляет их поведение таким образом, чтобы поддерживать идентичность бренда, выполнять обещания бренда для всех

заинтересованных сторон, включая клиентов. По этой причине внутренний брендинг в современных организациях и предприятиях становится одним из стратегических приоритетов.

Организационная идентичность отражает определенную культуру труда в организации, которая становится ключевым фактором эффективности деятельности организаций и предприятий. Результаты деятельности, как отмечается в исследованиях, зависят от профессионализма, мобильности, адаптивности, социально-психологической устойчивости, нравственности, социальных притязаний личности [6, с. 236]. Не случайно культура труда рассматривается как часть интеллектуальных резервов личности, наряду с такими характеристиками работников как знание и использование экономических методов работы, адаптивность к условиям хозяйствования, навыки рационального мышления, инновационность. Так, в деятельности руководителя управленческая культура признается важным признаком *качества управленческого труда*, включая «совокупность типичных для руководителя ценностей, норм, точек зрения и идей, которые сознательно формируют его поведение», включая следующие компоненты [7, с. 92]:

- личная культура (уровень квалификации, этическое воспитание, личная гигиена, внешний вид, форма обращения к подчиненным и т.п.);
- этические качества (знание и соблюдение этикета, преданность коллективу, любовь к людям, широта взглядов и др.);
- рациональное распределение рабочего времени;
- культура содержания рабочего места;
- культура проведения массовых мероприятий (совещаний, переговоров, бесед);
- культура приема посетителей;
- культура речи;
- организационная культура руководителя (степень владения знаниями теории управления, организаторской работы, опыт, навыки, умение осуществлять разнообразные организационные процедуры и др.)

В основе культуры труда лежат определенные нормы: юридические, моральные, организационные, экономические, эстетические, этические и др., предопределяющие идентичность. По мере усиления идентификации работники склонны придерживаться определенной принятой в организации культуры труда и вести себя в соответствии с организационными нормами и ценностями. И через процесс усвоения социальных установок, убеждений, ценностей, эмоциональных реакций, поведенческих моделей, речевых конструкций формируется организационная идентичность и бренд-ориентированное поведение.

Согласно теории самокатегоризации Дж. Тернера, Я-концепция человека как сумма когнитивных представлений о себе формируется на основе процесса категоризации, т. е. когнитивных представлений о себе как о подобном другим индивидам внутри определенного класса и отличным от представителей другого класса. Самокатегоризация – это процесс понимания человеком самого себя, который представляет собой «когнитивное группирование присущих самому себе признаков, и представление самого себя как идентичного, аналогичного, эквивалентного некоему определенному классу стимулов, отличному от другого класса стимулов» [15]. Эти идеи созвучны теории социальной идентичности, основными понятиями которой являются социальная идентификация, социальная категоризация и социальное сравнение [9], согласно которой *идентификация предполагает, что человек воспринимает себя как психологически связанного с судьбой группы* [10]. То есть помимо общих ценностей, норм и моделей поведения, идентичность предполагает переживание общих событий и осознание своей причастности к достижению общих целей. Таким образом, формирование идентичности сопряжено со структурой инструментальных и терминальных ценностно-мотивационных смыслов, где

инструментальные смыслы отражают представления о приоритетных моделях поведения, а терминальные – представления о смыслах-целях.

При этом целенаправленно сформированная культура поведения отражает ценности и смыслы организации и тем самым направлена на поддержание бренда, т.е. соответствует его ценностям и смыслам.

Не случайно М. Хэтч и М. Шульц рассматривают взаимосвязь между культурой и идентичностью как постепенное формирование самосознания работников и их коллективного поведения на основе организационных ценностей и установок (см. рис. 2). С течением времени, в процессе социального взаимодействия, профессиональных и межпрофессиональных коммуникаций ценности культуры усваиваются работниками, становясь их собственными ценностями. Не случайно, работники испытывают социально-психологический дискомфорт, обусловленный кризисом идентичности при реализации трудовой мобильности, перемещении из одной организации в другую, со свойственной для нее организационной культурой.

Организационная идентичность способствует формированию второй взаимосвязи, а именно, оказывает впечатление на значимых других – на потенциальных сотрудников, инвесторов, СМИ и общественность.

Третья взаимосвязь – идентичность отражается в культуре. Это объясняется тем, что коллективное поведение работников организации помогает поддерживать и утверждать культурные ценности, убеждения и установки организации на долгое время.

Четвертая взаимосвязь показывает, каким образом идентичность может также создавать извне. Идентичность – «кто мы есть» - формируется не только в культурном срезе на основе внутренних ценностей и убеждений, но также и на основе мнения значимых для компании людей и проектируемом имидже.

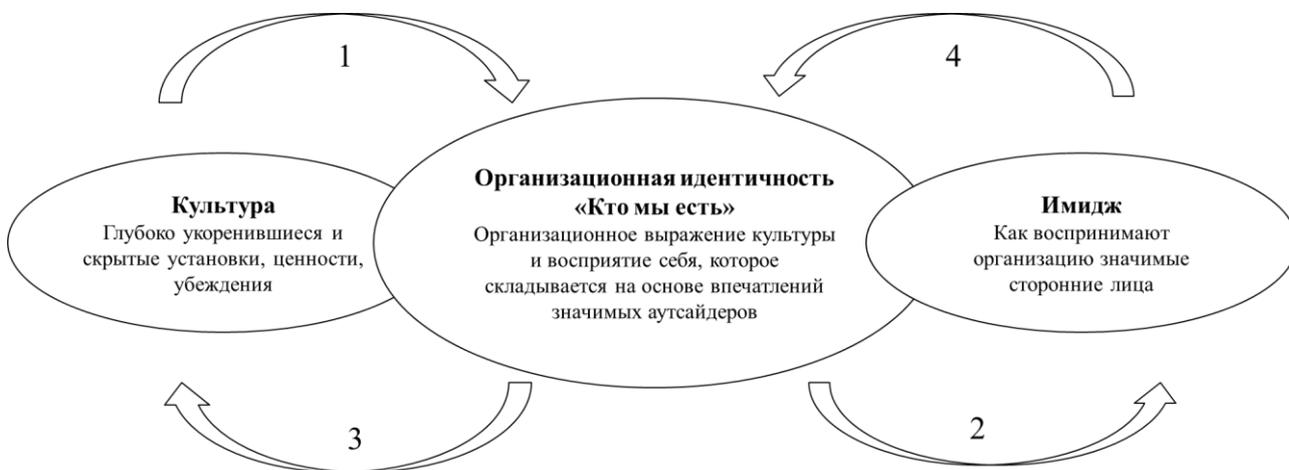


Рисунок 2. Взаимосвязи между организационной культурой, идентичностью и имиджем (по материалам М. Хэтча и М. Шульца) [4, с. 90]

За точку отсчета для идентичности, по мнению М. Хэтча и М. Шульца, следует брать культуру, управляемую изнутри.

Для исследования взаимосвязи идентичности и бренда представляет интерес понятие «корпоративный характер», исследуемое в теории Г. Дэвиса и его коллег [13]. Корпоративный характер идентифицируется в данной работе с точки зрения человеческих характеристик, которые обычно идентифицируются с организацией. Исследователи выработали 5 главных и 2 второстепенных критерия для определения корпоративного характера, с помощью которых сотрудники и клиенты могут оценить идентичность, имидж

и репутацию организации. Большинство исследований проводились в магазинах розничной торговли среди служащих, менеджеров и покупателей, что обуславливает полученные результаты. По итогам проведенного факторного анализа, главными факторами корпоративного характера исследуемой выборки стали следующие (включая составляющие):

- принятие (согласие): теплота, эмпатия, единство;
- предприимчивость (инициатива): современность, авантюризм, смелость;
- компетентность: добросовестность, мотивированность, технократичность;
- безжалостность: эгоистичность, доминирование;
- стильность: элегантность, престижность, снобизм.

Второстепенные факторы на исследуемой выборке:

- неформальность: небрежность, простота, легкость в общении;
- мужественность: властность, резкость, грубость.

Практическая значимость данного исследования состоит в том, что культура организации формирует определенную организационную идентичность, которая в дальнейшем транслируется работниками во внешнюю среду – в процессе взаимодействия с клиентами, партнерами, и формирует имиджевые составляющие бренда работодателя. Корпоративный характер транслируется вовне и существенно влияет на эффективность деятельности организации, так доброжелательность в представленной многомерной конструкции сильнее всего коррелировала с удовлетворенностью клиентов и персонала.

Концепт «корпоративный характер» может быть дополнен смысловыми составляющими, которые его формируют, а именно инструментальными ценностно-мотивационными смыслами деятельности, которые определяют характеристики поведения, воспринимаемого работниками как успешное профессиональное поведение и демонстрируемое чаще всего. Смысловая структура в части инструментальных смыслов имеет тенденцию к несогласованности, различиям и противоречиям. В проведенных нами исследованиях зафиксированы различия смысловой структуры инструментальных ЦМС по статусным и профессионально-квалификационным группам [5], которые в конечном итоге формируют репутацию трудового коллектива и свойственной ему культуры труда как инновационной, человекоориентированной, честной, социально ответственной, надежной, продуктивной или рутинной и консервативной, социально безответственной, конфликтной. Несмотря на межгрупповые различия, присущие представителями тех или иных профессионально-квалификационных или статусных групп, общая направленность смысловой структуры позволяет составить социальный портрет работника организации. Так, для работников финансово-кредитной сферы независимо от принадлежности к различным группам, свойственна высокая оценка инструментальных смыслов «ответственность», «рационализм», «исполнительность», «эффективность в делах», и, наоборот, низкая значимость смыслов «смелость в отстаивании своего мнения», «терпимость (к взглядам и мнениям других, умение прощать другим их ошибки и заблуждения)», «независимость», «высокие запросы», «чуткость», «непримиримость к недостаткам в себе и других» [2]. Что касается терминальных смыслов, определяющих восприятие целей деятельности, то для данной сферы характерно утилитарное восприятие трудовой деятельности, не предполагающее ориентации на принадлежность к социальной группе, общественное признание или альтруизм.

Корпоративный характер, который формируется без системы ценностно-смыслового сопровождения социального управления представляет собой ограничение для роста эффективности организации, т.к. может в значительной степени не соответствовать ее стратегическим целям и задачам.

Преимущество сильной организационной идентичности состоит в том, что работники, разделяющие организационные ценности, лояльные к бренду, добровольно демонстрируют в поведении «экстраролевые модели», которые не регламентированы в перечне

должностных обязанностей или правилах внутреннего трудового распорядка. Эти модели поведения не вознаграждаются организацией дополнительно и не санкционируются, а опосредуются внутренней мотивацией личности. Подобное экстраролевое поведение выходит за рамки стандартных ролевых ожиданий от работников и их «обещаний» работодателю. К такому поведению (гражданская позиция в сфере труда и управления или организационно-гражданственное поведение) относятся ответственность, пунктуальность, альтруизм, добросовестность, оказывать помощь и поддержку коллегам в их работе, брать на себя дополнительные обязанности для наилучшего выполнения поставленных задач, принимать активное участие в жизни организации, добровольно следовать существующим правилам и нормам.

К **организационно-гражданственному поведению** относится и добровольное продвижение имиджа организации работниками. *Организационно-гражданственное поведение — это активное участие сотрудника в жизни организации, предполагающее оказание помощи и поддержки коллегам, сопричастность к деятельности трудового коллектива, осознание своих прав и обязанностей, ориентацию на организационные интересы [1].* Реализация организационно-гражданственного поведения не предполагает давления или контроля со стороны работодателя и получения непосредственного вознаграждения.

Не случайно отмечается, что «ответственность не только как общий признак созидательной деятельности человека, но и как общественное явление, участвующее в формировании его гражданской позиции в сфере труда и управления, становится важным в формировании человеческого потенциала индивидов и коллектива предприятия» [8, с. 32].

А. Брифф и С. Мотовидло выделили несколько видов просоциального поведения работников в организации, к которым относятся в том числе [12] *благоприятное представление организации посторонним; готовность оставаться в организации, несмотря на ее временные трудности; приложение дополнительного усилия на работе и др.* Очевидно, что просоциальное поведение предполагает ожидание от работников не только ответственного отношения к выполняемым задачам и следование ролевым моделям, но также дополнительные усилия за их границами, предполагающее более активную и вовлеченную позицию. На практике это выражается в активной поддержке организации во внешних коммуникациях (клиенты, партнеры, внешняя аудитория), защита имиджа и репутации организации в спорных ситуациях, готовность принять на себя роль неформального амбассадора бренда. Это поведение основывается на восприятии работником значимости выполняемых задач, влиянии на конечный результат, высокой оценке ценностно-смыслового предложения работодателя, намерениях дальнейшего сотрудничества с организацией.

Организационно-гражданственное поведение (просоциальное или экстраролевое) можно таким образом отнести к *бренд-ориентированному типу поведения* на основе сформированной организационной идентичности. Работники в этом случае становятся «пионерами» бренда, т.е. в своей ежедневной профессиональной деятельности укрепляют, развивают и защищают бренд работодателя в постоянном взаимодействии друг с другом и с внешней средой. В данном контексте они выступают связующим звеном между внутренними и внешними заинтересованными сторонами и транслируют ценности бренда более широкой аудитории.

Сильная организационная идентичность конструируется в результате системной бренд-ориентированной политики управления персоналом, при которой все персонал-технологии реализуются в едином ценностно-смысловом контексте и направлены на развитие и качественную реализацию ценностного предложения работодателя. Системные практики по усилению корпоративной культуры, культуры лидерства, технологий развития и оценки персонала, интеграции новых работников в организацию или поддержки при освоении новой

роли, взаимоотношений с ушедшими из организации работниками - также могут рассматриваться как технологии конструирования идентичности. Организация коллективной деятельности формирует определенный стиль поведения, порождает культурное единство, общепринятые модели профессионального и межпрофессионального взаимодействия. Эти модели поведения, традиции, нормы задают единую систему координат для формирования идентичности.

Следовательно, процесс формирования бренда работодателя приобретает человекоориентированный характер. Человекоориентированное управление брендингом работодателя направлено на создание возможностей для реализации человеческого потенциала в системе управления персоналом организации, которая характеризуется бренд-ориентированностью. Это позволяет утверждать о взаимосвязи брендинга работодателя с подсистемами управления персоналом:

– *кадровое планирование*, которое отражает политику и стратегию организации, определяет качественную и количественную потребность в персонале; задает четкие ориентиры по профессиональной принадлежности, квалификации и численности требующихся организации работников;

– *поиск и отбор персонала* как одно из ключевых элементов системы управления персоналом, тесно увязанным практически со всеми основными направлениями работы в этой сфере;

– *адаптация новых работников и работников, которые перешли на новые роли*. Ведь важно не только привлечь лучших работников, но и обеспечить их успешную интеграцию в трудовой коллектив;

– *обучение*, которое направлено как на освоение работниками необходимых знаний, навыков, компетенций, так и на передачу им установок и приоритетов, составляющих ядро организационной культуры;

– *оценка и формирование кадрового резерва*, которые позволяют выработать требования и критерии для отбора лучших работников и обеспечения преемственности;

– *система мотивации*, которая дает возможность выработать политику мотивации труда и ценностное предложение работодателя, направленное на привлечение, удержание и формирование активной деятельной позиции у работников;

– *формирование организационной культуры*, отражающей циркулирующие в организации смыслы, совокупность целевых установок, нравственных позиций, философию организации, принятые и одобряемые способы достижения целей.

Вместе с тем, современные специалисты находятся в условиях экономики свободной занятости – гиганомии, когда имеют возможности для сотрудничества со множеством работодателей одновременно, участия во временных проектах, занятость через специализированные цифровые платформы, краудсорсинг. Другими словами, работники являются временными членами множества социальных организаций, имеющих отличающиеся ценности, цели, традиции, что усложняет вовлечение в корпоративную культуру и формирование организационной идентичности. Более того, по результатам исследований следует вывод, что отличительной чертой формирующейся культуры трудовой деятельности в современной молодежной среде является низкий уровень субъективной значимости *корпоративной и профессиональной идентичности*. Другими словами, низкий уровень ориентированности на смысл идентификации себя с профессиональным или корпоративным сообществом, принадлежности ему. Это также отражает тенденцию ориентации на создание и позиционирование исключительно своего личного бренда, отражающего ценности, компетенции, знания специалиста, и его позиционирование посредством создания цифровой личности, развития социальных связей. Все это становится предпосылкой более частой смены места работы, отмечается, что «на рынок труда пришли зумеры и перевернули игру. Менять работу они готовы минимум раз в два года, и для

компаний это означает риск постоянной текучки» [3]. В трудовой деятельности такая культура приводит к разобщенности коллектива, сложностям формирования единого ценностно-смыслового пространства, организационной идентичности. Противоречие в данном случае состоит также в том, что факторы материального и нематериального стимулирования в контексте низкой воспринимаемой значимости корпоративной и профессиональной идентичности не способны эффективно решать задачу долгосрочного удержания работников в организации и на предприятии, задачу стимулирования просоциального поведения по отношению к организации, они становятся лишь временно удерживающими, что требует принципиально нового подхода к развитию организационной идентичности современных организаций и предприятий. Брендинг работодателя в условиях интенсивного развития цифровых коммуникаций, социальных медиа, позволяющих мгновенно распространять любую информацию, выходит за пределы формирования благоприятных условий труда и включает в себя человекоориентированный подход к развитию человеческого потенциала организации, когда высококвалифицированные, вовлеченные и удовлетворенные работники демонстрируют организационно-гражданственное бренд-ориентированное поведение, создающее репутацию организации в представлениях целевых аудиторий.

Литература

1. Баринов Д.А. Организационно-гражданское поведение сотрудников в управлении организацией. Автореф. дисс. ... канд. социол. наук. – М. : 2011.
2. Вельмисова, Д. В. Ценностно-мотивационные смыслы работников финансово-кредитной сферы в контексте модернизации общественных отношений / под ред. В.К. Потемкина. – Санкт-Петербург : Издательство «Инфо-да», 2019. – 187 с.
3. Как удержать на работе молодых специалистов/ Российская газета. 26.09.2023. URL: <https://rg.ru/2023/09/26/reg-cfo/privlech-i-uderzhat.html?ysclid=lvv8h8crh625051609> (дата обращения: 15.08.2024)
4. Мартин Г., Хетрик С. Корпоративные репутации, брендинг и управление персоналом. Стратегический подход к управлению человеческими ресурсами / Грэм Мартин и Сьюзан Хетрик; [перевод с англ. Е.И. Титова; науч. Ред. М.А. Беликова]. – М. : ООО «Группа ИДТ», 2008.
5. Потемкин В. К., Вельмисова Д. В. Ценностно-мотивационные смыслы формирования инновационных компетенций работников предприятий и организаций / В. К. Потемкин, Д. В. Вельмисова. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2023. – 174 с.
6. Потемкин В.К. Инновационный менеджмент персонала предприятий: принципы, методы, результаты : монография / В. К. Потемкин - Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургского гос. экономического ун-та, 2016.
7. Потемкин В.К. Качество управленческого труда: учебное пособие. 2-е изд., доп. и перераб. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2015.
8. Потемкин М.С. Человеческий потенциал в системе корпоративного управления / Под ред. Д.В.Вельмисовой. - - СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2024.
9. Сидоренков А. В. "Организационная идентичность" и "организационная идентификация": содержание и соотношение понятий / А. В. Сидоренков // Организационная психология. – 2021. – Т. 11, № 3. – С. 120-152.
10. Ashforth B.E. Organizational identity and strategy as a context for the individual / B.E. Ashforth, F.A. Mael // *Advances in strategic management* / Eds. J.A.C. Baum, J.E. Dutton. — Greenwich, CT: JAI, 1996. — Vol. 13. — P. 17-62.
11. Backhaus K., Tikoo S. Conceptualizing and researching employer branding // *Career Development International*. - 2006. - Vol. 9. - No. 5. - P. 501-517.
12. Brief A.P. Prosocial organizational behaviors / A.P. Brief, S.J. Motowidlo // *Academy of Management Review*. — 1986. — Vol. 11, № 4. — P. 710-725. Цит. по: Сидоренков А.В. Идентичность, идентификация и гражданское поведение работников в организации: монография / А.В. Сидоренков. — Ростов-на-Дону: Мини Тайп, 2021. — 200 с.
13. Davies G., Chun R., Vinhas da Silva R., Roper S. (2004). A Corporate Character Scale to Assess Employee and Customer Views of Organization Reputation. *Corporate Reputation Review*. 7. 125-146.
14. Mosley R., Schmidt L., 2017. *Employer Branding for Dummies*. John Wiley & Sons, New Jersey.
15. Turner J.C. Social categorization and the self-concept: A social cognitive theory of group behaviour / J.C. Turner // *Advances in Group Processes* / Ed. E.J. Lawler. — Greenwich, CT: JAI Press, 1985. — Vol. 2. — P. 77-122.

К.В. Ларионова, Н.Д. Трегубова

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ЛЮДЕЙ С СОЦИАЛЬНЫМИ РОБОТАМИ: МИКРОСОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

**K. Larionova, N. Tregubova. Interaction with social robots: a
microsociological analysis**

Аннотация. С развитием компьютерных технологий в целом и технологий искусственного интеллекта, в частности, растет популярность социальных роботов. Однако вопрос о реакциях людей на подобные технологии остается открытым. В работе представлен анализ специальной литературы, в котором рассматривается взаимодействие человека и социального робота с точки зрения микросоциологии - направления исследований, характеризующего взаимодействие людей в повседневных ситуациях и социальных контекстах.

Ключевые слова: социальный робот, взаимодействие человека и робота, микросоциология, искусственный интеллект, социальное взаимодействие.

Контактная информация: 191124, Санкт-Петербург, ул. Смольного, д. 1/3, 9-й подъезд; тел.: (965) 090-50-41; e-mail: kseniiavalerevna@mail.ru

Abstract. With the development of computer technologies and artificial intelligence in particular, there is an increasing popularity of social robots. However, the question of how people react on such entities remains open. The article presents an analysis of theoretical frameworks that characterize the interaction between humans and algorithms in everyday situations and social contexts. The authors consider ideas of Sherry Turkle, Harry Collins, Lucy Suchman, and Gaëlle Chartier, and relate them to the issues of human-robot interaction.

Keywords: social robot, human-robot interaction (HRI), microsociology, artificial intelligence, social interaction.

Contact information: 1/3 Smolny str., 9th entrance, Saint-Petersburg, 191124; tel.: (965) 090-50-41; e-mail: kseniiavalerevna@mail.ru

С расцветом компьютерных технологий и развитием искусственного интеллекта роботы всё шире и чаще используются в человеческом обществе и обеспечивают множество удобств в жизни людей. За последние 20 лет социальные роботы быстро развивались и использовались для взаимодействия с людьми во многих местах, таких как дома, больницы и торговые центры. Однако существующие стратегии взаимодействия между человеком и роботом обычно фокусируются на том, как создать роботов, способных безопасно и эффективно работать с людьми над общими задачами. Созданы целые направления, изучающие взаимодействия компьютера и человека - human-computer interaction (HCI), и машины и человека - human-machine collaboration (HMC), представляющие собой область пересечения психологии и социальных наук, с одной стороны, и компьютерных наук и технологий, с другой. Исследователи анализируют и разрабатывают конкретные технологии пользовательского интерфейса, изучают и совершенствуют процессы разработки технологий, оценивают новые применения технологий. Вместе с тем, активное развитие технологий требует все большего внимания к собственно социальным аспектам взаимодействия между людьми и роботами. В рамках настоящей статьи мы обращаемся к

Ларионова Ксения Валерьевна - студент Санкт-Петербургского государственного университета
Трегубова Наталья Дамировна - кандидат социологических наук, доцент кафедры сравнительной социологии Санкт-Петербургского государственного университета

K. Larionova – student, St. Petersburg State University.

N. Tregubova – Candidate of Social Sciences, Associate Professor of the Chair of Comparative Sociology, St. Petersburg State University

© Ларионова К.В., Трегубова Н.Д., 2024

данной проблематике и рассматриваем концепции и теории, предложенные в рамках микросоциологического анализа и близких к нему направлений, которые могут быть полезны для осмысления взаимодействия робота и человека. При этом мы сосредоточимся на особом типе робототехники – на социальных роботах.

Социальный робот. Чтобы дать определение понятия «социальный робот», нужно понять, что такое «робот» в целом. Слово «робот» впервые использовал Карел Чапек в научно-фантастическом произведении «Универсальные роботы Россума» (R.U.R.), опубликованном в 1920 году [12]. Термин использовался для описания роботов-машин, обладающих человеческим обликом и поведением. После перевода R.U.R. на многие иностранные языки, использование слова стало международным. Происхождение термина «робот» восходит к славянскому термину «раб», означающему «несвободный человек». Неоплачиваемый, принудительный труд славян, позднее труд крепостных, назывался роботом. В современном венгерском языке слово «робот» по-прежнему используется для обозначения изнурительной и продолжительной работы, и по сей день является альтернативой слова «труд». Международная федерация робототехники (International Federation of Robotics) опирается на определение робота, закрепленное в международном стандарте ISO 8373:2012 «Robots and robotic devices - Vocabulary»: робот - приводной механизм, программируемый по двум и более осям, имеющий некоторую степень автономности, движущийся внутри своей рабочей среды и выполняющий определенные задачи [9].

Таким образом, робот — это запрограммированный физический объект, который собирает информацию и действует автономно в физической среде, которая оказывает влияние на его поведение. Кроме того, робот имеет местоположение, то есть манипулирует не только информацией, но и физическими объектами. Помимо этого, Международная федерация робототехники (IFR) выделяет два основных вида услуг, предоставляемых роботами [8]:

1. Обслуживание людей (личная охрана, развлечения и т.д.);
2. Обслуживание оборудования (техническое обслуживание, ремонт, уборка и т.д.) и сосредоточение внимания на задаче.

Социальные роботы были специально разработаны для взаимодействия с людьми, - это роботы, поддерживающие взаимодействие, подобное человеческому [7]. Так Н. Н. Зильберман и М. А. Стефанцова замечают: «социальным можно называть любого робота, имеющего социальный интерфейс, который, в свою очередь, включает все характеристики, позволяющие пользователю приписывать роботу социальные качества. По сути, это метафора, описывающая естественный путь коммуникативного взаимодействия между роботом и человеком» [1]. Термин «социальный» в данном случае означает тот факт, что в одном контексте существуют две или более сущности [7]. Социальные роботы предназначены для взаимодействия с людьми, ориентируясь на человека, и для работы в человеческой среде бок о бок с людьми. Объединяющей характеристикой здесь является то, что социальные роботы вовлекают людей в межличностные отношения, координируя свое поведение с людьми с помощью вербальных или невербальных средств. Люди склонны очеловечивать социальных роботов, так как они используют множество различных способов коммуникации и выражения социально-эмоционального поведения. К ним относятся жесты, мимика, направление взгляда, поворот головы, и т.д.. Чтобы социальные роботы могли координировать свое поведение с людьми, они также должны быть способны воспринимать, интерпретировать и соответствующим образом реагировать на вербальные и невербальные сигналы, поступающие от людей.

Искусственный интеллект (ИИ) тесно связан с развитием современной робототехники. Данное направление фокусируется на создании компьютерных систем, способных выполнять задачи, которые обычно требуют человеческого интеллекта, такие как

распознавание образов, обработка языка, принятие решений и многое другое. ИИ включает в себя машинное обучение, глубокое обучение, нейронные сети и другие методы для создания алгоритмов, которые могут учиться на основе данных и опыта. Робототехника, в свою очередь, занимается разработкой и созданием физических устройств — роботов. Робототехника включает в себя механическое, электронное и программное обеспечение, необходимое для создания роботов, способных выполнять различные задачи в реальном мире. ИИ и робототехника часто сочетаются в проектах, где роботы используют алгоритмы ИИ для выполнения тех или иных задач. Например, автономные роботы могут использовать компьютерное зрение для навигации в окружающей среде. Таким образом, эти области взаимодействуют друг с другом для создания более эффективных и интеллектуальных роботов. Социальные роботы, оснащенные ИИ, - это машины, в определенной степени способные думать и говорить как человек и функционируют как автономные рациональные агенты (действуют, получают результаты, адаптируются, реагируют на происходящее).

Существуют различные трактовки искусственного интеллекта. В настоящей статье мы рассматриваем ИИ как ансамбль разработанных и закодированных человеком рационально-логических, формализованных правил, которые организуют процессы, позволяющие имитировать интеллектуальные структуры, производить и воспроизводить целерациональные действия, а также осуществлять последующее кодирование и принятие инструментальных решений вне зависимости от человека [2]. Социальные науки принимают важность внедрения искусственного интеллекта в повседневную жизнь общества. Этот тренд выражается, в частности, в понятии «искусственная социальность». Термин «искусственная социальность» был введен Т. Мальшем, который описывал ее как коммуникативную сеть, в которой помимо людей и иногда даже вместо людей, участвуют агенты ИИ, и интернет является средой для их взаимодействия [13]. Однако мы опираемся на более широкое определение «искусственной социальности»: искусственная социальность представляет собой эмпирический факт участия агентов искусственного интеллекта в социальных взаимодействиях как активных посредников или участников этих взаимодействий [3].

Таким образом, можно отметить, что искусственный интеллект играет ключевую роль в развитии современной робототехники, обеспечивая роботам способность выполнять сложные задачи, взаимодействовать с окружающей средой и людьми. Социальная робототехника, оснащенная искусственным интеллектом, открывает новые перспективы для создания машин, способных взаимодействовать с людьми на более глубоком уровне, понимать их эмоции и потребности.

Характеристика теорий взаимодействия человека и социального робота. Изучение взаимодействия между человеком и роботом стало возможным лишь в последнее десятилетие благодаря значительным достижениям в области робототехники. Появление социальных роботов, способных в некоторой степени имитировать человеческое поведение в рамках социального взаимодействия, является важной исследовательской и практической проблемой. Далее мы рассмотрим эту проблему в теоретической плоскости. Мы выделим несколько теорий, основанных на микросоциологическом подходе или близким к нему направлениям, и рассмотрим тезисы этих теорий, важные для понимания взаимодействия человека и социального робота. Микросоциологический подход [10] выделяет процесс взаимодействия и анализирует, как этот процесс влияет на конструирование смысла, то есть на процесс интерпретации. Микросоциология – это отрасль социологии, специализирующаяся на социальном взаимодействии, его организации и структуре в повседневных ситуациях. В микросоциологии взаимодействие между агентами является основным источником информации, на основе которой можно понять их поведение, восприятие и решения.

Концепция Шерри Теркл. В современную цифровую эпоху Шерри Теркл, известный американский социолог и социальный психолог, рассматривает проблему восприятия человеком машины. Она предлагает концепцию «эвокативного объекта» (evocative object) - объекта, который пробуждает рефлексию о границах между явлениями, в частности о границах между человеческим и нечеловеческим [14]. Как выразилась Шерри Теркл, компьютеры и роботы - это объекты с маргинальным статусом: они находятся между другими вещами и поднимают метафизические вопросы о бесконечности, самореференции, парадоксах, анимизме и о том, что значит быть живым. Философские вопросы, которые традиционно решались в аудиториях семинаров, были конкретизированы в дискуссиях о том, что могут делать компьютеры. Даже дети, игравшие с компьютерными игрушками и играми первого поколения, задавали новые вопросы о «жизни» и «разуме» машин, а затем, в более широком смысле, задавались вопросом, что же такого особенного в их собственной жизни. Сопrotивление модели людей как запрограммированных информационных систем приводит к представлению о том, что главное в человеке - это то, что невыразимо, не поддается описанию языком или формализмом. Шерри Теркл приводит в пример цитату американского философа Джона Серла: «Какой бы совершенной ни была компьютерная имитация мышления, это не мышление, потому что компьютер просто будет следовать правилам, которые «он» не понимает».

Идеи Теркл подводят к тому, что восприятие социальных роботов людьми неоднозначно, оно меняется в процессе их взаимодействия и зависит от поколения. Причем при появлении новых, более совершенных социальных роботов, мы можем предполагать, что они станут для людей, взаимодействующих с ними, эвокативными объектами, побуждая к переосмыслению и переоценке собственной человечности.

Концепция Гаэль Шартье. В микросоциологическом исследовании Шартье [4] изучается, каким образом люди воспринимают жест как насильственный во время их взаимодействия с другими людьми в дружеском контексте, например, во время драки подушками. Исследование Шартье сосредоточено на интерпретации взаимодействия и смысловой конструкции жеста насилия, а не на самом жесте насилия. Это исследование показывает, что не существует жестов, которые по своей сути являются насильственными; напротив, когда один человек делает определенный жест, который не ожидается его собеседником, эта ситуация создает неопределенность между ними, которая нарушает ожидаемое или структурированное взаимодействие, и этот жест будет интерпретирован собеседником как насильственный.

Данная концепция была применена к анализу взаимодействия между человеком и социальным роботом Наоки Абэ, Дэвидом Райем и Лианом Локе [10]. Концепция определенности Шартье дает понимание того, что неожиданное событие может привести к негативной интерпретации ситуации. Исходя из микросоциологических рамок авторы рассмотрели, как интерпретация человеком движения робота будет зависеть от процесса взаимодействия. Оценка «совместного» или «несовместного» движения робота может быть проведена путем изучения того, как разворачивается взаимодействие между роботом и людьми. Граница между «совместным» и «несовместным» движением робота будет определяться неожиданным событием, которое нарушает структурированное взаимодействие, установленное между роботом и человеком. Если взаимодействие разворачивается ожидаемым образом, то движения робота будут интерпретироваться как совместные, в то время как если взаимодействие с роботом нарушается, человек будет считать движения робота несовместными.

Понимание этого социологического подхода дает новые идеи и богатый источник знаний, которые могут быть использованы робототехниками и дизайнерами для лучшего формирования поведения робота во время взаимодействия.

Концепция Гарри Коллинза. Далее, для того, чтобы выделить возможности и ограничения участия социальных роботов в речевых взаимодействиях, рассмотрим концепцию интеракционной экспертизы Гарри Коллинза.

Концепция интеракционной экспертизы Гарри Коллинза [6; 5], британского социолога, изучающего научное знание, заключается в следующем: просто проводя достаточно времени в беседах с практикующими специалистами в соответствующих областях, не практикуя их самостоятельно, можно погрузиться в сообщество и стать его частью. Однако если проверить такого человека на способность быть настоящим практикующим специалистом, то его бы правильно определили как новичка, несмотря на его знания. Коллинз определяет интеракционную экспертизу как способность выступать в качестве эксперта в беседе о некотором практическом умении или экспертной области, не будучи способным к осуществлению самой практики; такая способность приобретается через языковую социализацию в среде практикующих.

Философская идея интеракционной экспертизы впервые возникла еще до того, как был изобретен этот термин. Это было в середине 1990-х годов, в контексте обсуждения ограничений искусственного интеллекта; вопрос заключался в том, могут ли машины без тел, подобных человеческим, быть разумными?

Коллинз утверждает, что компьютеры неразумны не потому, что у них нет тел, а потому, что мы не знаем, как внедрить их в общество. Так, социолог научного знания, попадая в новую область, поначалу не понимает ни шуток, ни технических терминов, относящихся к новой части изучаемой науки. После болезненного периода умозаключения в чужих разговорах начинают проявляться, и в конце концов становится возможным присоединиться к ним. В конце концов ученые заинтересуются тем, что вы знаете, но не как ученый сам по себе, а как человек, способный передать научные мысли и деятельность других.

Главный вопрос заключается в том, насколько действительно возможно овладеть языком некоторой области. Чтобы ясно представить себе связь между усвоением языка и телом, нам нужно провести различие между тем, что называется «тезисом социального воплощения» и «тезисом индивидуального воплощения» [5]. Тезис социального воплощения заключается в том, что язык, разработанный обществом, связан с телесной формой его членов, поскольку телесная форма влияет на то, что они могут делать в мире. Именно это имел в виду Витгенштейн, когда говорил, что если бы лев мог говорить, мы бы его не поняли. Он имел в виду, что мы не поняли бы говорящих львов, потому что они видят мир не так, как мы, так как созданы по-другому. Визуально мы понимаем семейное сходство между различными предметами, которые мы называем «стульями», потому что мы можем сидеть на них, потому что наши колени сгибаются определенным образом. Таким образом, слово «стул» появляется в нашем языке и может быть более или менее взаимно понято. С другой стороны, сообщество говорящих львов не будет иметь эквивалента слова «стул» в своем языке, потому что они не садятся таким же образом. Вместо этого для львов то, что мы называем стулом, может быть классифицировано наряду с кнутами и заостренными палками, которые используют «укротители львов» (если предположить, что сообщество говорящих львов живет в цирках, управляемых людьми). Идея интерактивного опыта позволяет предположить, что единственный лев, обладающий способностью говорить, если его забрать из колыбели и воспитать рядом с людьми так же, как домашних собак и кошек, освоит человеческий язык, включая слово «стул», даже если он, как индивидуум, не сможет сидеть. Это и есть «тезис об индивидуальном воплощении». Мы видим эту разницу, потому что идея межличностного опыта допускает, что язык сообщества, члены которого воплощены одним образом, может быть усвоен людьми с телами другой формы, которые не могут участвовать в деятельности этого сообщества.

Таким образом, Гарри Коллинз предполагает, что компьютер (в нашем случае – социальный робот) может научиться тому, что представляет собой мир глазами человека и

как в нем взаимодействовать, включаясь с повседневные разговоры с людьми. Современное развитие технологий ИИ – достаточно назвать ChatGPT – отчасти подтверждает этот тезис. Вместе с тем, здесь можно ожидать неизбежных ограничений. Сама идея интеракционной экспертизы предполагает некоторую общность опыта людей, а пример со львом, приведенный выше, остается гипотетическим. (Кроме того, лев все же больше похож на человека, чем компьютер).

Таким образом, несмотря на возможности технологий, полноценное взаимодействие с социальными роботами остается ограниченным. Даже при достижении высокого уровня коммуникативных навыков социальные роботы не обладают телом человека, что препятствует полной идентификации с ними. Различия между социальными роботами и людьми сохраняются и будут неизменны, что подчеркивает уникальность и неповторимость человеческой природы.

Концепция Люси Сачмен. Исследования Люси Сачмен [11] важны в рамках настоящей работы так как они заложили основания анализа конкретных ситуаций взаимодействия человека и машины. Люси Сачмен рассматривает взаимодействие машины и человека на основе представления о том, что машина ведет себя на основе ресурсов, предоставляемых «её» ситуацией, а пользователь - в соответствии со своими ресурсами. Ситуация пользователя включает в себя представления о характере машины и операциях, необходимых для ее использования, в сочетании с моментальными интерпретациями. Ситуация с машиной или системой экспертной помощи, напротив, определяется планом использования машины, написанным проектировщиком и реализованным в виде программы, определяющей поведение машины, и датчиков, регистрирующих изменения в состоянии машины, включая некоторые изменения, произведенные действиями пользователя.

Как и в человеческом общении, адекватная реакция подразумевает адекватную интерпретацию значимости предыдущего действия. И, как и в человеческом общении, интерпретация значения любого действия лишь в слабой степени определяется действием как таковым. О значимости любого действия и адекватности его интерпретации судят опосредованно, по реакции на совершенные действия и по полезности интерпретации для понимания последующих действий. Именно этот процесс Люси Сачмен называет взаимодействием [11].

Таким образом, успешное взаимодействие с социальным роботом связано с умением человека предугадывать его действия. Модель пользователя, заложенная в социального робота, должна опираться на то, как в действительности себя ведут люди в конкретных ситуациях, а не на идеализированные представления о людях как целерациональных и полностью логичных агентах.

Выводы. Социальные роботы становятся все более важными участниками взаимодействия с людьми. Исследование теорий, которые помогают понять характерные черты и динамику такого рода взаимодействий, представляет собой актуальную исследовательскую проблему, которая требует внимания и дальнейшего изучения. В ходе данной работы были проанализированы результаты социологических исследований в этой области, основанных на микросоциологии и феноменологии, с целью выявления основных аспектов этого процесса, его особенностей и влияния на общество. Проведенный анализ показал, что взаимодействие людей с социальными роботами представляет собой сложный и многогранный процесс, который зависит от множества факторов, таких как характеристики робота, особенности его использования, ожидания пользователей и их восприятие робота.

Социальные роботы разработаны для взаимодействия с людьми, поддерживая взаимодействие, подобное человеческому, и социальная робототехника направлена на создание роботов, которые должны помогать человеку в повседневной деятельности. Важность социальных роботов растет по мере того, как находят все больше потенциальных

применений для них: от помощи в медицинских учреждениях до компаньонов для пожилых людей, побуждая их взаимодействовать с другими людьми

Искусственный интеллект играет ключевую роль в развитии современной робототехники. Социальные роботы, оснащенные ИИ, способны (до определенной степени) думать и говорить как человек, и функционируют как автономные рациональные агенты. Социальная робототехника, оснащенная ИИ, открывает перспективы для создания машин, способных взаимодействовать с людьми на новом уровне.

Переходя к характеристике конкретных теорий, следует выделить несколько идей, важных для понимания того, как люди взаимодействуют с социальными роботами.

Шерри Теркл подчеркивает важность элементов человеческой эмоциональной связи и невыразимого аспекта человеческой природы, который не поддается формализации и программированию. А также раскрывает понятие «evocative object», которое подразумевает собой объект, который пробуждает рефлексию о границах между человеческим и нечеловеческим. Ее концепция подчеркивает различия между искусственным интеллектом и человеческим мышлением, указывая на ограничения восприятия компьютерами окружающего мира.

Модель Гаэль Шартье подчеркивает, что уверенность во время взаимодействия развивается, когда реакции участников соответствуют ситуации и ожиданиям друг друга. Оценка «совместного» или «несовместного» движения робота зависит от того, насколько гладко проходит обмен мнениями и коммуникация между людьми и роботом. Неожиданные события могут вызвать неопределенность и нарушить структурированное взаимодействие, что влияет на интерпретацию жестов и действий. Таким образом, определенность и неопределенность играют ключевую роль в процессе восприятия и понимания совместных движений.

Концепция интеракционной экспертизы Гарри Коллинза заключается в том, что простое наличие знаний не делает человека или машину настоящими экспертами в определенной области. Важным аспектом является способность взаимодействовать, понимать неявные языковые компоненты и быть социализированным в соответствующем сообществе. Даже если робот обладает всеми знаниями из энциклопедий, ему может не хватать социальной и языковой адаптации, которые могут быть сложными для подобных машин.

Исходя из теории Люси Сачмен, успешное взаимодействие между человеком и социальным роботом – требует способности человека предугадывать действия машины и адекватно интерпретировать их значимость. Для достижения этого рекомендуется использование интерактивного интерфейса, основанного на заранее разработанной модели пользователя, которая позволяет предсказывать действия машины, определять критерии их распознавания и предписывать соответствующие ответы. Взаимодействие также зависит от реакций, возникающих в результате непредвиденных действий другой стороны и способности адекватно на них реагировать.

В данной работе была предпринята попытка выделить ключевые моменты во взаимодействии социального робота и человека. Понимание того, как люди воспринимают и взаимодействуют с роботами, поможет создать более эффективные и приспособленные к социальным потребностям машины. Изучение аспектов антропоморфности, коммуникации и эмоционального взаимодействия между человеком и роботом позволит создать более гармоничные и продуктивные отношения, что в свою очередь способствует расширению возможностей применения роботов в различных сферах жизни.

Литература

1. Зильберман Н.Н., Стефанцова М.А. Социальный робот: подходы к определению понятия // Russian Journal of Education and Psychology. 2016. №11 (67).
2. Резаев А.В., Трегубова Н.Д. От социологии к новой социальной аналитике: кризис социологии и проблема искусственного интеллекта // Социологическое обозрение. 2021. №3.

3. Трегубова Н.Д. Разделение труда, кооперация и новые типы экспертизы в условиях искусственной социальности (по материалам исследования российских и белорусских ИТ-организаций) // Социология власти. 2020. №1.
4. Chartier G., Berthoz A., Brian É., Jaisson M. Violence and uncertainty: Interactional sketches for a cognitive analysis of violent actions // *Social Science Information*. 2017. 56(2), 198–219. doi:10.1177/0539018417694772
5. Collins H. Interactional expertise as a third kind of knowledge // *Phenomenology and the cognitive sciences*. 2004. 3, 125-143.
6. Collins H. Interactional expertise and embodiment // Oxford: Oxford University Press. 2017. Vol. 7, pp. 125-146.
7. B. Duffy C.F.B. Rooney, G.M.P. O’Hare, R.P.S. O’ Donoghue, ‘What is a Social Robot?’ // 10th Irish Conference on Artificial Intelligence & Cognitive Science, University College Cork, Ireland. 1999.
8. IFR: Service Robots. <http://www.ifr.org/service-robots/>
9. ISO 8373:2012 Robots and robotic devices - Vocabulary. <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:8373:ed-2:v1:en>.
10. Naoko Abe; David Rye; Lian Loke A Microsociological Approach to Understanding the Robot Collaborative Motion in Human-Robot Interaction // *Proceedings of the 31st Australian Conference on Human-Computer-Interaction*. 2019. doi:10.1145/3369457.3369503
11. Suchman L. A. Human-machine reconfigurations: Plans and situated actions // Cambridge university press, 2007.
12. Szabolcsi, R. The birth of the term robot // *Advances in Military Technology*. 2014 9(1), 117-128
13. Thomas Malsch & Ingo Schulz-Schaeffer Socionics: Sociological Concepts for Social Systems of Artificial (and Human) Agents // *Journal of Artificial Societies and Social Simulation, Journal of Artificial Societies and Social Simulation*. 2007. vol. 10(1), pages 1-11.
14. Turkle, S. (Ed.) Evocative objects: Things we think with // MIT press. 2011.

DOI: 10.24412/1994-3776-2024-3-111-117

УДК: 324

С.В. Лагунова, Е.А. Гузенко, Д.А. Ярыгина

**РЕЗУЛЬТАТЫ ПИЛОТАЖНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ
ЭЛЕКТОРАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ СТУДЕНТОВ СЕВЕРНОГО
(АРКТИЧЕСКОГО) ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ М.В.
ЛОМОНОСОВА**

S. Lagunova, E. Guzenko, D. Yarygina. Results of a pilot study of electoral activity among students of the Northern (Arctic) Federal University

Аннотация. В данной статье представлен анализ электоральной активности студентов САФУ имени М.В. Ломоносова. Исследование проведено с целью выявления основных факторов, влияющих на электоральное поведение студентов в выборных процессах и анализа основных тенденций. В ходе

Abstract. This article analyzes the electoral activity of students of Northern (Arctic) Federal University. The study was conducted to identify the main factors affecting the electoral behavior of students in electoral processes and to analyze the main trends. The study analyzed the level of students' political awareness, their

Лагунова Светлана Владимировна - кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры государственного и муниципального управления САФУ им. М.В. Ломоносова

Гузенко Екатерина Андреевна - студент САФУ им. М.В. Ломоносова

Ярыгина Дарья Александровна - студент САФУ им. М.В. Ломоносова

S. Lagunova - candidate of sociological sciences, associate professor, associate professor of the Department of State and Municipal Administration of the NArFU named after M.V. Lomonosov

E. Guzenko - student of the NArFU named after M.V. Lomonosov

D. Yarygina - student of the NArFU named after M.V. Lomonosov

© Лагунова С.В., Гузенко Е.А., Ярыгина Д.А., 2024

исследования были проанализированы уровень политической информированности студентов, их интерес и доверие к политике, участие в общественной жизни. Полученные результаты могут быть использованы для разработки эффективных стратегий по повышению электоральной активности студентов в университете.

Ключевые слова: электоральная активность, молодежь, студенты, выборные процессы, политика.

Контактная информация: 163046, Архангельск, наб. Северной Двины, д.54, к.1; e-mail: s.lagunova@narfu.ru

interest and trust in politics, participation in public life. The obtained results can be used to develop effective strategies to increase the electoral activity of students at the university.

Keywords: electoral activity, youth, students, electoral processes, politics.

Contact information: 54 building 1 emb. Northern Dvina, Arkhangelsk, 163046; e-mail: s.lagunova@narfu.ru

Понятие электоральной активности является ключевым элементом изучения политического участия граждан в избирательных процессах. В данном пункте главы курсового проекта будет рассматриваться содержание понятия «электоральная активность».

Электоральная активность – форма электорального поведения, представляющая собой действия или бездействие граждан в процессе избирательных кампаний, обусловленные совокупностью целей и ценностей, убеждений и установок [3]. В общем, электоральная активность отражает уровень активности человека в общественно-политической сфере, его стремление к взаимодействию с обществом и желание внести вклад в политическую жизнь, способствуя прогрессу общества [2].

Стоит отметить, что электоральная активность - один из элементов, которые формируют избирательное поведение граждан. Кроме этого, электоральная активность отражает степень причастности, в том числе вовлеченности, к деятельности государства в политической и общественной сфере.

Специфика электорального поведения молодежи — это явление, которое привлекает широкий интерес исследователей политической науки и социологии. Молодежь, как субъект избирательного процесса, проявляет определенные особенности и приверженности, которые отличают ее от других возрастных групп. Это обеспечивает особую важность изучения ее влияния на политическую жизнь и формирование политических предпочтений.

Молодежь является отдельной, особой социально-демографической группой, в возрасте от 14 до 35 лет. Данное поколение играет ключевую роль в сохранении целостности общества, активно участвуя в его преобразовании на основе инновационного потенциала [1].

Электоральное поведение молодежи является сложной и многогранной темой. Изучение специфики молодежного электорального поведения представляет собой важный аспект для понимания политических процессов и развития общества. Понимание особенностей и факторов, влияющих на молодежное электоральное поведение, может помочь политическим акторам и обществу в целом разработать эффективную политическую стратегию, которая будет учитывать интересы и потребности молодежи.

Предметом нашего научного интереса стала электоральная активность студентов Северного (Арктического) федерального университета (далее Университет). К задачам исследования мы отнесли как анализ факторов, влияющих на участие студентов в избирательном процессе, так и выявление основных тенденций в их электоральном поведении.

Для оценки уровня электоральной активности студентов нами был выбран анкетный опрос как один из ключевых методов исследования. В результате мы получили ответы 102 респондентов в возрасте от 17 до 24 лет, которые обучаются в Университете. Кроме этого, мы провели глубинное интервью, в ходе которого эксперты в области избирательного процесса и молодежной политики (далее эксперты) ответили на интересующие нас вопросы.

Первый вопрос, заданный нами участникам анкетного опроса, был следующим: «Считаете ли Вы важным посещать политические выборы/участвовать в политической жизни общества?»

Более половины опрошенных считают важным посещать политические выборы и участвовать в политической жизни общества, что говорит об их заинтересованности в общественно-политических процессах. 9% опрошенных не считают нужным участвовать, что указывает на недовольство или отстраненность по отношению к политике (рис.1).

Считаете ли вы важным посещать политические выборы/ участвовать в политической жизни общества?

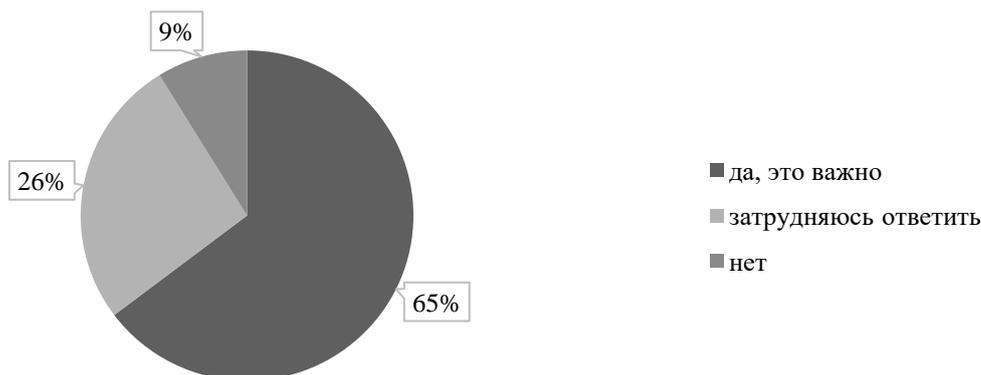


Рисунок 1. Важность посещения политических выборов и участия в политической жизни общества

Следующий вопрос, заданный нами, был следующим: «Согласны ли Вы с мнением, что современная российская молодежь проявляет низкую степень электоральной активности, т.е. участия в выборах?».

Вариант ответа «Частично согласен» оказался самым популярным среди респондентов, за него проголосовало 59,8% опрошиваемых. Вторым по популярности стал ответ «Полностью согласен», за него отдали голос 36,3%. Полученные ответы от респондентов свидетельствуют о том, что большинство из них согласны с мнением, что молодежь проявляет низкую электоральную активность на выборах.

В ответе на вопрос: «Участвовали ли Вы в политических выборах?» респонденты разделились на две группы: те, кто участвовал в выборах и те, кто не принимал участия в выборах (рис. 2).

Из полученных данных видно, что политическая активность респондентов распределилась следующим образом: 48% участвовали в политических выборах, в то время как 52% не принимали участия в них. Это свидетельствует о различиях в политическом поведении.

Участвовали ли вы в политических выборах?

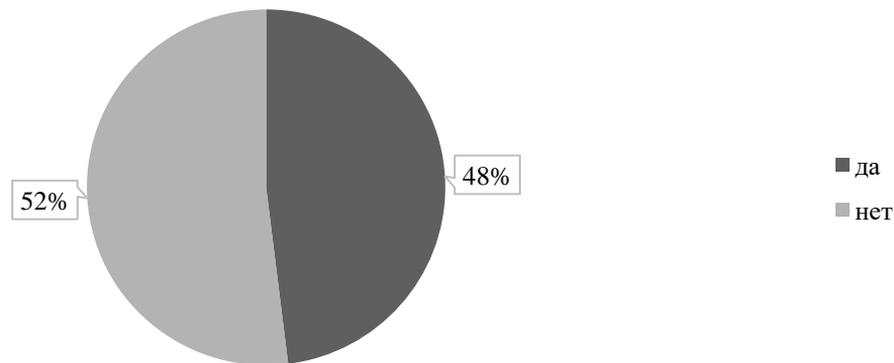


Рисунок 2. Разделение респондентов на группы

Структура анкетного опроса позволила нам коррелировать дальнейшие вопросы, исходя из опыта участия/неучастия респондентов в выборах. Так, для группы, которая не участвовала в каких-либо политических выборах, был сформулирован следующий вопрос: «Назовите причины, по которым Вы не принимаете участия в выборах?», при этом выбрать можно было несколько вариантов ответа. Результаты представлены на рис. 3.

Основные причины, по которым респонденты не принимали участия в выборах



Рисунок 3. Распределение мнений респондентов по поводу своего уклонения от избирательного процесса

Очевидно, что интерес к политике среди респондентов данной группы относительно низок. Самым популярным вариантом ответа является «не интересуюсь политикой», который выбрали почти четверть участников опроса (22%). Это свидетельствует о том, что большинство людей не рассматривают политику как важный аспект своей жизни или не видят в ней смысла.

Другие полученные нами ответы, такие как «просто лень/не хочу» (16%) и «не вижу достойных кандидатов» (15%), указывают на отсутствие мотивации или, как вариант, недовольство имеющимися политическими альтернативами у значительной части опрошенных. Стоит отметить, что определенное количество респондентов (18%) подчеркнули свое недоверие к избирательному процессу (в т.ч. считают, что «выборы

сфальсифицированы»), а также испытывают сомнения в своей компетентности сделать верный политический выбор (12%).

По мнению экспертов еще одной причиной неучастия молодежи в выборах является получение недостоверной информации. Социальные медиа — это самый удобный, мобильный способ приобретения актуальных сведений для молодежи, но не все источники готовы представлять объективную картину политических процессов.

В целом, результаты показывают, что политическая активность и заинтересованность среди респондентов не является высокой, что требует, на наш взгляд, повышенного внимания.

Далее проанализируем ответы второй группы, которая указала свой опыт участия в политических выборах. Учитывая, что в Архангельской области реализуется формат дистанционного голосования (далее ДЭГ), мы спросили какой способ апробировали наши респонденты, причем выбрать можно было оба варианта ответов, так как мы предполагали, что респонденты могли участвовать в выборах по-разному. Исходя из этого, получилось следующее распределение голосов (рис. 4).

Каким образом вы принимали участие в выборах?

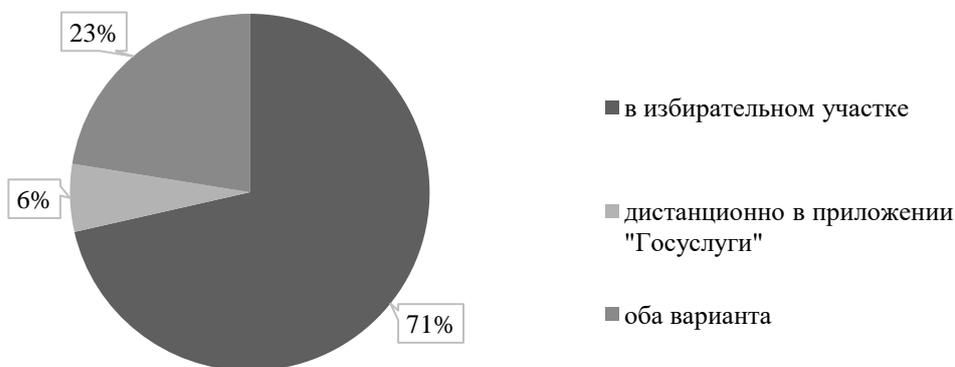


Рисунок 4. Формы участия респондентов в выборах

Большинство респондентов пользовались более традиционным способом волеизъявления, однако некоторые голосовали дистанционно. Эксперты отмечают, что ДЭГ — это удобный формат, так как «там не нужно практически ничего делать кроме нескольких кликов». Удобство заключается в том, что у человека есть возможность отдать свой голос с любого устройства из любого места.

Для того, чтобы подробнее узнать в каких политических выборах принимали участие респонденты, мы задали им соответствующий вопрос. В связи с тем, что нами проводилось исследование электоральной активности студентов (некоторые из них относительно недавно стали совершеннолетними гражданами Российской Федерации), то ответы были следующими: выборы депутатов Архангельского областного Собрания депутатов VIII созыва, выборы депутатов Государственной Думы VIII созыва. Также некоторые респонденты принимали участие в выборах Президента Российской Федерации, выборах депутатов Собрания депутатов Ненецкого автономного округа, главы сельского поселения «Канинский сельсовет» Заполярного района Ненецкого автономного округа, а также в выборах депутатов городского Совета депутатов VII созыва в г. Северодвинске.

На рис. 5 представлены причины, которыми руководствовались респонденты, принимая решение участвовать в выборах.

Основные причины, по которым респонденты принимали участие в выборах

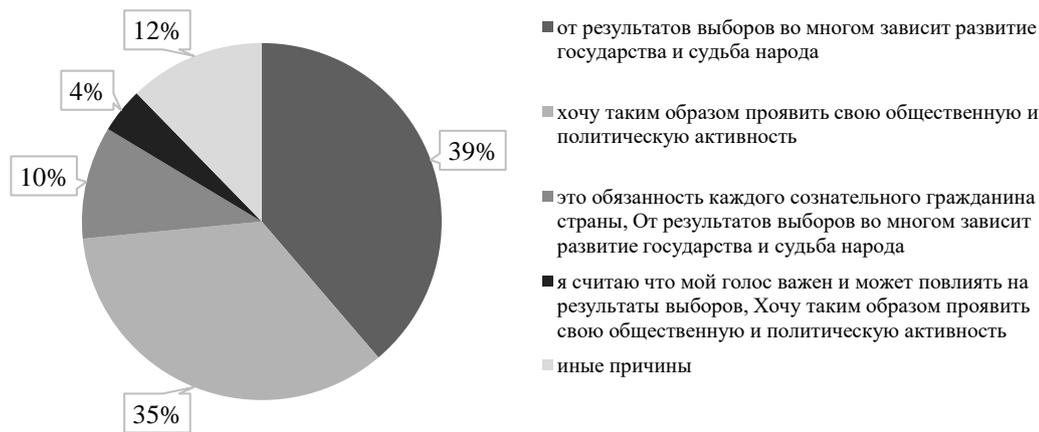


Рисунок 5. Причины участия в выборах, названные участниками опроса

Исходя из результатов, можно выявить, что опрошенные, которые указали «от результатов выборов зависит будущее страны» и «хочу таким образом проявить свою общественную и политическую активность» как самые популярные ответы, склонны к осознанной позиции по отношению к выборам. Они признают важность своего голоса и готовы использовать его для влияния на результат.

Кроме этого, мы предоставили возможность респондентам самим предложить варианты ответов на вопрос «Что могло бы стимулировать пойти Вас на выборы?». Анализируя мнения, можно сказать, что к факторам, способным повысить электоральную активность, следует отнести наличие реальной конкуренции, уверенность молодых людей в «чистоте» подсчета голосов, а также большее информирование о кандидатах и партиях. В целом, для опрошенных респондентов стимулы для посещения выборов как в первый раз, так и в последующие схожи: для людей важны идеологические и гражданские мотивы.

Резюмируя результаты, можно сделать следующие выводы.

Во-первых, проведенное пилотажное исследование подтверждает низкую избирательную активность среди молодежи, вызванную невысоким уровнем правовой культуры, недостаточной осведомленностью о выборах и необъективной информацией, получаемой из социальных медиа как основного источника информации для данной категории населения.

Во-вторых, более половины респондентов указали, что не принимали участия в выборах. В качестве мотивации, стимулирующей их реализовать свое избирательное право, ими были названы: наличие достойных кандидатов, предоставление большей информации о кандидатах и т.д. [4].

В-третьих, часть студентов, которые посещают выборы и реализуют свое избирательное право, имеют желание проявить политическую и общественную активность, повлиять на развитие государства и судьбу народа, которые зависят от их голосов.

На сегодняшний день развивается ДЭГ, которое получило положительные отзывы от экспертов. Это подтверждается и результатами проведенного анкетного опроса, в ходе которого часть респондентов использовала данный метод голосования [5].

Результаты исследования могут быть полезны как для администрации Университета в разработке мероприятий по повышению электоральной активности студентов, так и для органов власти и общественных организаций, занимающихся молодежной политикой. Анализ электоральной активности студентов Университета может продемонстрировать специфику политического поведения молодежи и помочь понять, какие факторы могут

способствовать или, наоборот, препятствовать их активному участию в политической жизни общества.

Знаменитое утверждение Отто фон Бисмарка: «Если ты не интересуешься политикой, то политика заинтересуется тобой» не потеряло актуальности и для 21 века: важно быть информированным, интересоваться происходящим в политической и общественной жизни, чтобы иметь возможность влиять на происходящее вокруг себя.

Литература

1. Ежов Д.А. Актуальные тенденции и факторы электоральной активности российской молодежи // АНИ: экономика и управление. 2018. №3 (24), с. 356-358. (дата обращения: 02.08.2024).
2. Капранова Ю. В. Формы и методы формирования и повышения электоральной активности как объекта управления // ЮП. 2021. №4 (99), с. 29-35. (дата обращения: 08.02.2024).
3. Капранова Ю. В. Электоральная активность: подходы к определению и технологии ее повышения // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Юридические науки. 2022. №1, с. 31-36. (дата обращения: 02.08.2024).
4. Митюнова И.Г. Факторы повышения электоральной активности российской молодежи // Beneficium. 2020. №1 (34), с.65-71. (дата обращения: 02.08.2024).
5. Портал дистанционного электронного голосования ЦИК России. Преимущества ДЭГ [Электронный ресурс] - URL: <https://vybory.gov.ru/> (дата обращения: 02.08.2024)

DOI: 10.24412/1994-3776-2024-3-117-123

УДК: 316

Д.В. Вельмисова, С.Ю. Латыпова

ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ РАБОТОДАТЕЛЯ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

D. Velmisova, S. Latipova. Employer value proposition as a tool for social development

Аннотация. В последние годы происходит переосмысление роли работника в организации, а также выявление необходимых условий для осуществления перехода к человекоориентированной парадигме управления. Во многом возможность такого перехода зависит от трактовки специалистами в области управления человеческими ресурсами понятия «ценностного предложения работодателя». В статье мы поставили перед собой задачу выявить, включены ли в ценностное предложение работодателя важнейшие компоненты социального развития.

Ключевые слова: человекоориентированное управление, ценностное предложение

Abstract. In recent years, the role of the employee in the organization has been rethought, as well as the identification of the necessary conditions for the transition to a human-oriented management paradigm. In many ways, the possibility of such a transition depends on the interpretation of the concept of «employer's value proposition» by specialists in the field of human resource management. In the article, we set ourselves the task of identifying whether the most important components of social development are included in the employer's value proposition

Keywords: human-oriented management, employer's value proposition, social development, employee

Вельмисова Дарья Владимировна - кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и управления персоналом, Санкт-Петербургский государственный экономический университет
Латыпова Светлана Юрьевна – магистрант Санкт-Петербургского государственного экономического университета

D. Velmisova – candidate of Social Sciences, associate professor at the Department of Sociology and Human Resource Management, Saint-Petersburg State University of Economics

S. Latipova – master's student, St. Petersburg State University of Economics

© Вельмисова Д.В., Латыпова С.Ю., 2024

работодателя, социальное развитие, вовлеченность сотрудников, мотивация, приверженность организации. engagement, motivation, commitment to the organization.

Контактная информация: 193023, Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д.30/32; e-mail: daria-babiy@yandex.ru

Contact information: 30-32 Griboedov Canal Emb., St. Petersburg, 193023; e-mail: daria-babiy@yandex.ru

В последние годы большое внимание уделяется переходу к человекоориентированной парадигме управления, в центре внимания которой находится не только продуктивность трудовой деятельности, но и личность работника, ценностно-смысловые ориентиры, возможности для реализации потенциала. В связи с этим происходит переосмысление роли личности работника в деятельности организаций. Идея управления, ориентированного на человека, предполагает признание важности ценностей и мотивации сотрудников, приведение их в соответствие с целями и ценностями компании. В связи с этим возникает вопрос о создании особой связи между человеком и компанией посредством психологического соглашения, при котором у обеих сторон есть общие ожидания и убеждения. Ценностное предложение работодателя имеет решающее значение для формирования этих отношений. Однако, проблема ценностного предложения работодателя является малоизученной, по запросу «ценностное предложение работодателя» в русскоязычном сегменте Интернет с 2013 года по настоящее время размещено менее 100 научных статей. И чаще всего, понятие «ценностное предложение работодателя» рассматривается в узком смысле как инструмент формирования HR-бренда, т.е. маркетинговая технология, применимая в управлении персоналом, направленная на формирование имиджа и репутации предприятия, его внешней привлекательности на рынке труда относительно конкурентов, прежде всего, в аспектах привлечения и удержания персонала [1].

В российской научной литературе EVP часто рассматривается как «уникальное торговое предложение», направленное на привлечение и удержание сотрудников [4; 5]. Большое внимание уделяется ключевым показателям качества, таким как вовлеченность, эффективность работы и социальное благополучие. Исследователи обнаружили корреляцию между лояльностью сотрудников и предоставлением высококачественного ценностного предложения. Однако существует недостаток научных исследований, изучающих потенциал ценностного предложения работодателя в системах управления, ориентированных на человека, инициативах в области социальной ответственности, социального партнерства и управления эффективностью сотрудников [1].

В научном сообществе существуют различные подходы к определению компонентов ценностного предложения. Как правило, составляющие разделяются на следующие блоки.

- Компания: отрасль/индустрия; организационный размер; положение на рынке; характеристики продукта, качества обслуживания; технологический уровень; соблюдение этических норм, принципов корпоративной социальной ответственности.
- Люди: управление персоналом; качество коллег, менеджеров и высшего руководства; дух товарищества и атмосфера в коллективе.
- Работа: масштаб задач; уровень клиентов; инновации; признание; баланс работы и личной жизни.
- Вознаграждение: компенсации; бенефиты.
- Возможности: организационный темп роста компании; будущие возможности карьерного роста; обучение и профессиональное развитие.
- Условия труда: расположение; режим труда и отдыха; комфорт на рабочих местах; близость общественного транспорта.

Целью управления *социальным развитием организации* является создание и поддержание кадрового потенциала, обеспечивающего эффективную работу и устойчивый

имидж организации как открытой социальной системы, обладающей высоким уровнем корпоративной культуры и социальной ответственности.

Основными направлениями социального развития являются:

- переподготовка и повышение квалификации персонала;
- адаптация вновь принятых и перемещаемых внутри сотрудников;
- управление продвижением персонала по служебной лестнице;
- формирование и регулирование групповых и личностных взаимоотношений [3].

Широкая интерпретация ценностного предложения позволяет включать в него программы благополучия и заботы о сотрудниках, пункты, относящиеся к корпоративной социальной ответственности, заботу об экологии, устойчивое развитие. Формирование ценностного предложения осуществляется под влиянием трансформаций внешней среды: правовой регламентации трудовых отношений, динамики рынка труда, тенденций в сфере корпоративных социальных инноваций.

Таким образом, ценностное предложение, является важным инструментом в управлении социальным развитием организации.

Однако исследования последних лет показали, что сформированная структура ценностного предложения не отвечает запросам работников разных демографических, половозрастных, профессионально-квалификационных и статусных групп. Отмечается также невнимание руководителей современных предприятий к условиям формирования качественно новых профессиональных компетенций работников, что является существенным ограничением процесса формирования программных действий по повышению их роли в стратегии развития предприятий. Профессиональные компетенции работников различных сфер приложения труда не обладают целостностью, то есть размыты, поскольку не созданы условия для их роста и развития [1].

По результатам опроса Mckinsey 2022, 41% респондентов заявили, что главной причиной, по которой они увольняются с работы, является отсутствие карьерного роста [2].

Нами было проведено исследование с целью анализа восприятия ценностного предложения руководителями в области управления человеческими ресурсами в контексте социального развития организации. В экспертном опросе приняли участие 8 руководителей в области управления персоналом крупных предприятий с профильным опытом от 10 лет и более (руководители высшего звена в HR: директора по персоналу, HR-бизнес-партнеры).

По результатам экспертного опроса выявлено, что единый подход к необходимости адаптации ценностного предложения к предпочтениям, ценностям, социально-демографическим характеристикам (пол, возраст, стаж работы, семейное положение) разных групп сотрудников не сформирован. Одна половина респондентов отметила, что ценностное предложение компании адаптировано к различным поколениям сотрудников, а другая придерживается мнения, что не адаптирована. Большая часть респондентов (62,5%) придерживается мнения, что в ценностное предложение компании не включено создание устойчивых карьерных возможностей, оно не адаптировано к социально-демографическим (пол, возраст, стаж работы, семейное положение) и профессионально-квалификационным характеристикам сотрудников.

По результатам оценки роли EVP в повышении уровня приверженности сотрудников компании выявлено, что большая часть респондентов (87,5%) подтвердила, что EVP компании повышает уровень приверженности.

Половина опрошенных (50%) оценили степень влияния ценностного предложения на повышение вовлеченности сотрудников на «3»; четверть опрошенных экспертов (25%) дали оценку – «4»; 12,5% – «2»; 12,5% – «5» (рис. 6).

[Оцените, пожалуйста, по 5-балльной шкале, насколько EVP Вашей компании повышает вовлеченность сотрудников? (вовлеченность отражается в интересе к работе, уровне работоспособности, готовности брать на себя ответственность, инициативности) (1-совсем не повышает, 5-значительно повышает)]

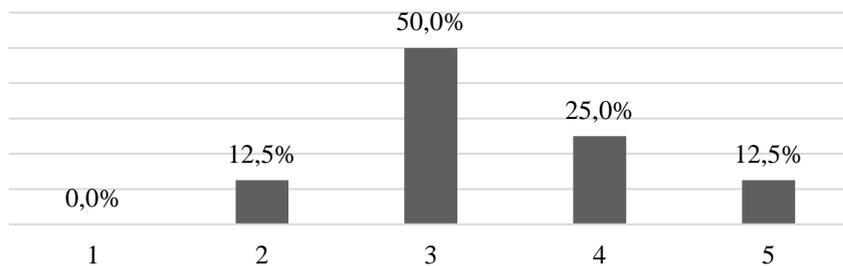


Рисунок 6. Оценка степени влияния EVP на повышение вовлеченности сотрудников

Исходя из представленных данных, 37,5% респондентов оценили степень, в которой ценностное предложение обеспечивает условия формирования качественно новых профессиональных компетенций работников на «2»; 12,5% дали оценку «3»; 37,5%—«4»; 12,5%—«5» (рис. 7).

[Оцените, пожалуйста, по 5-балльной шкале, насколько много в EVP Вашей компании уделяется внимания условиям формирования качественно новых профессиональных компетенций работников? (компания регулярно проводит обучения/семинары/тренинги, курсы повышения квалификации, у сотрудников есть доступ к учебным онлайн-платформам) (1-вообще не уделяется внимание, 5-внимание уделяется в полной мере достаточно)]

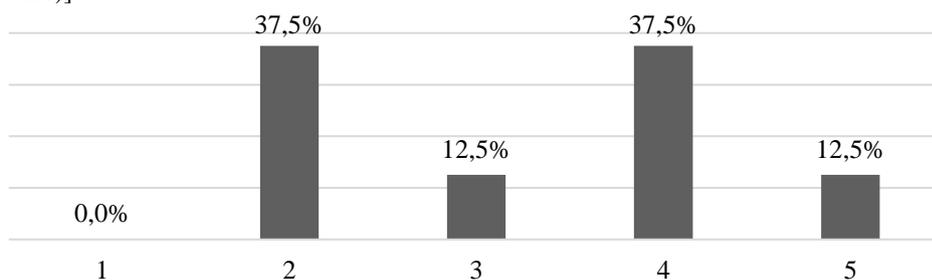


Рисунок 7. Оценка степени влияния EVP на повышение вовлеченности сотрудников

Половина опрошенных (50%) отметили, что в ценностное предложение компании включено обеспечение возможности для безопасного самовыражения сотрудников, но не в полной мере; 37,5% придерживаются мнения, что включено; 12,5% считают, что не включено. Большая часть респондентов (75%) отметила, что ценностное предложение компании не обеспечивает гибкую систему непрерывного интерактивного сопровождения адаптации, которая предполагает регулярное проведение оценки эффективности системы адаптации, внесение корректировок в зависимости от изменений во внутренней и внешней среде. Большая часть респондентов (75%) оценили степень, в которой ценностное предложение способствует созданию благоприятного психологического климата на «4» балла; 12,5% дали оценку «1»; 12,5% оценили степень на «3» (рис. 9).

Только четверть опрошенных (25%) считает, что ценностное предложение компании включает в себя ответственное ведение бизнеса по отношению к территориальному сообществу; более трети (37,5%) считают, что включает, но не в полной мере; 37,5% отметили, что не включает вообще.

[Оцените, пожалуйста, по 5-балльной шкале, насколько EVP Вашей компании способствует созданию благоприятного психологического климата среди сотрудников (низкий уровень конфликтности, высокий уровень взаимного доверия) (1-вообще не способствует, 5-максимально способствует)]

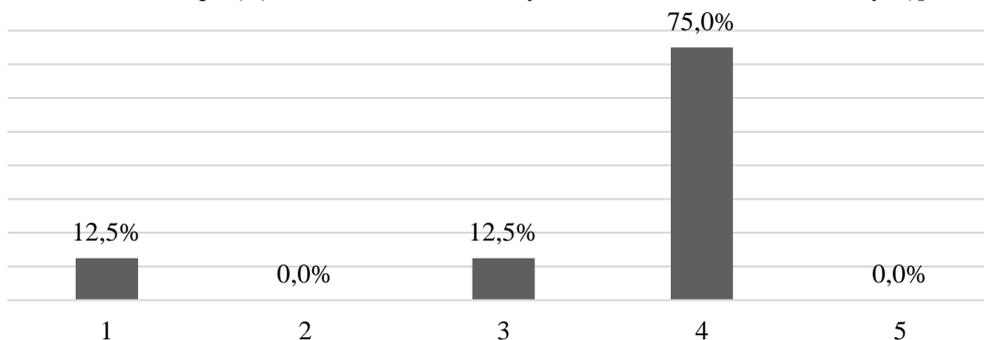


Рисунок 9. Оценка степени, в которой EVP способствует созданию благоприятного психологического климата среди сотрудников

Более половины (62,5%) респондентов отметили, что формирование ценностного предложения происходит под влиянием трансформаций внешней среды (в т.ч. правовой регламентации трудовых правоотношений, динамики рынка труда, тенденций в сфере корпоративных социальных инноваций).

Анализируя результаты экспертного опроса, можно сказать, что эксперты не сошлись в едином мнении касательно роли ценностного предложения в социальном развитии. Гипотеза о том, что организации не включают в EVP такие важные составляющие социального развития как поддержание высокого уровня вовлеченности и трудовой включенности персонала, высокий уровень приверженности компании, поддержание благоприятного психологического климата и управление социальным благополучием частично подтверждена. Эксперты отмечали, что чаще ценностное предложение обеспечивает приверженность компании, однако лишь частично обеспечивает вовлеченность и благоприятный психологический климат.

Нами были выделены наиболее значимые аспекты для развития ценностного предложения как инструмента социального развития организации:

1. Создание устойчивых карьерных возможностей: большая часть респондентов (62,5%) придерживается мнения, что в ценностное предложение компании не включено создание устойчивых карьерных возможностей.

2. Адаптация ценностного предложения к профессионально-квалификационным характеристикам сотрудников: большая часть респондентов (62,5%) отметила, что ценностное предложение не адаптировано к профессионально-квалификационным характеристикам сотрудников.

3. Повышение вовлеченности сотрудников с помощью дополнительной проработки ценностного предложения: половина опрошенных (50%) оценили степень влияния ценностного предложения на повышение вовлеченности сотрудников на «3»; четверть опрошенных экспертов (25%) дали оценку – «4»; 12,5% – «2»; 12,5% – «5».

4. Обеспечение гибкой системы непрерывного интерактивного сопровождения адаптации: большая часть респондентов (75%) отметила, что ценностное предложение компании не обеспечивает гибкую систему непрерывного интерактивного сопровождения адаптации непрерывного интерактивного сопровождения адаптации.

5. Включение в ценностное предложение ответственное ведение бизнеса по отношению к вашему территориальному сообществу: только четверть опрошенных (25%) считает, что ценностное предложение компании включает в себя ответственное ведение бизнеса по отношению к территориальному сообществу; более трети (37,5%) считают, что включает, но не в полной мере; 37,5% отметили, что не включает вообще.

Исходя из представленных результатов, нами были разработаны следующие рекомендации:

1. Для создания устойчивых карьерных возможностей важным этапом является *планирование*. Важно соотносить личные цели сотрудника с целями организации, это обеспечивает положительное восприятие политики организации, лучшее понимание работником изменений и лояльность к нововведениям.

Другим немаловажным этапом создания устойчивых карьерных возможностей является *мониторинг* профессиональной активности и социального взаимодействия на основе следующих показателей: стремление к регулярному повышению квалификации, приобретению новых компетенций; выражение интереса к организационным изменениям, предложение инициатив; высокий уровень приверженности, стабильность в отношениях; положительное отношение к обратной связи, коррекция поведения в зависимости от нее; стремление не только к достижению планов развития, но и их перевыполнению.

Важно учитывать *стиль управления* в компании, так авторитарный стиль нацелен в первую очередь на сохранение и поддержание стабильности. Для обеспечения перспектив карьерного роста необходим демократический или либеральный стиль руководства, так как в данном случае руководящие позиции занимают управленцы, которые действительно заинтересованы в личностном росте и развитии компании.

Стиль управления оказывает значительное влияние на *корпоративную культуру*, которая в свою очередь задает предпосылки для карьерного развития. Организациям стоит стремиться к обеспечению благоприятного психологического климата, атмосферы взаимного уважения, доверия, признания достижений. Это позволяет формировать самостоятельность, инициативность, сознательность.

Компаниям важно уделять внимание *развитию профессиональной компетентности*, которая включает следующие компоненты: обучение; наставничество; ротация и расширение должностных обязанностей; групповая работа; участие в проектах и конкурсах; научная работа; дополнительное поощрение.

2. Для успешной адаптации ценностного предложения к профессионально-квалификационным характеристикам сотрудников необходимо: учитывать профессиональный уровень сотрудников при разработке программ обучения и развития; адаптировать систему вознаграждения так, чтобы она отражала не только позицию, но и уровень квалификации сотрудника; разрабатывать дифференцированные планы карьерного роста для сотрудников разных специализаций; учитывать особенности работы в разных профессиональных областях при формировании корпоративной культуры; принимать во внимание уровень удовлетворенности работников в зависимости от их должности и уровня квалификации; предлагать разные формы компенсаций и льгот, исходя из специфики работы разных категорий сотрудников; учитывать мнение сотрудников разных уровней и областей при принятии ключевых решений; учитывать предпочтения сотрудников в области баланса между работой и личной жизнью, которые могут варьироваться в зависимости от их профессионального статуса.

3. Для повышения вовлеченности персонала следует: доносить до каждого сотрудника ценность и значимость его работы; предоставлять сотрудникам трек карьерного развития на ближайшие годы; обращать внимание на соответствие ценностей и целей сотрудника ценностям и целям организации, убедиться в понимании всеми сотрудниками организационной политики.

Стоит регулярно оценивать вовлеченность при помощи различных опросников и тестов, для точности результатов стоит учитывать половозрастной состав, а также включать в выборку не только сотрудников, но и руководителей.

4. Для обеспечения гибкой системы непрерывного интерактивного сопровождения адаптации необходимо: разработать подробный план адаптации, включающий цели и задачи

адаптации, инструменты, метрики оценки эффективности, расчет экономических показателей. Компаниям стоит использовать digital-инструменты, среди которых могут быть: корпоративный порталы, чат-боты, системы хранения материалов, специализированные мобильные приложения.

Необходимо регулярно производить сбор обратной связи от сотрудников путем анкетирования, фокус-групп, интервью.

6. Для включения в ценностное предложение ответственное ведение бизнеса по отношению к территориальному сообществу необходимо: учитывать интересы территориального сообщества при принятии важных решений; настроить открытый диалог с территориальным сообществом, что поможет лучше понимать его потребности и ожидания; принимать участие в социально-значимых проектах; обеспечить экологическую безопасность деятельности; поддерживать местную экономику; развивать программы корпоративного волонтерства.

Ценностное предложение работодателя является важным инструментом социального развития. Такие компоненты EVP как бесплатное обучение в корпоративном университете, доступ к образовательным платформам, библиотеке, участие в конференциях, семинарах, тренингах, курсах позволяют достигать задач социального развития: повышение квалификации персонала, осуществление профессиональной переподготовки, формирование резерва на замещение руководителей. Профессионализм высшего руководства, качество управления персоналом, наличие понятных шагов карьерного развития, благоприятный социально-психологический климат, хорошие условия труда способствуют успешной адаптации сотрудника и поддержанию высокого уровня вовлеченности.

Литература

1. Вельмисова Д.В. Ценностно-смысловое предложение работодателя в системе человекоориентированного управления /Д. В. Вельмисова // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. – 2023. – № 4. – С. 56-57.
2. Шубина Е.Ю. Формирование современной модели ценностного предложения работодателя в условиях глобальной трансформации рынка труда // Социально-трудовые исследования. 2023. №4 (53). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-sovremennoy-modeli-tsennostnogo-predlozheniya-rabotodatelya-v-usloviyah-globalnoy-transformatsii-rynka-truda> (дата обращения: 01.05.2024).
3. Копейкин Г.К., Потемкин В.К. Управление социальным развитием организации. Санкт-Петербург: Изд-во Санкт-Петербургского гос. экономического ун-та, 2014. 151 с.
4. Пеша А. В. Ценностное предложение работодателя - сущность и значение в экономике организации /А. В. Пеша // Human Progress. – 2016. – Т. 2, № 12. – С. 8.
5. Пуляева В.Н. Роль ценностного предложения работодателя в формировании hr-бренда // ЭПП. 2020. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-tsennostnogo-predlozheniya-rabotodatelya-v-ormirovanii-hr-brenda> (дата обращения: 30.04.2024).

СОЦИОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ

DOI: 10.24412/1994-3776-2024-3-124-132

УДК: 316.75; 37.035.6

Л.Н. Гончаренко, Э.Б. Авакова, А.А. Кузнецов

ГРАЖДАНСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ, ПАТРИОТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ И НОВАЯ РОССИЙСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИДЕОЛОГИЯ

L. Goncharenko, E. Avakova, A. Kuznetsov. Civic identity, patriotic education and the new Russian state ideology

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы, связанные с ролью государственной идеологии в патриотическом воспитании молодого поколения граждан России. Обосновывается необходимость развития патриотической идеи как стержня национальной духовности и сплочения. Идеология патриотизма должна быть сформирована на основе солидарности представителей самых разных социальных и профессиональных групп населения и институтов гражданского общества. В статье рассматриваются понятия гражданской идентичности, исторической памяти и исторической самоидентификации как основополагающие при проведении государственной политики, направленной на усиление патриотического воспитания молодежи.

Ключевые слова: молодежь, патриотизм, патриотическое воспитание, гражданская идентичность, государственная идеология.

Контактная информация: 195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29, лит. Б.; e-mail: Elina_avakova@mail.ru

Abstract. The article discusses issues related to the role of state ideology in the patriotic education of young citizens. It's substantiated the necessity of development of the patriotic idea as a core of national spirituality and cohesion. In modern Russia, the ideology of patriotism should be formed on the basis of solidarity of representatives of various social and professional groups of the population and institutions of civil society. The article examines the concepts of civic identity, historical memory and historical self-identification as fundamental in the implementation of state policy aimed at strengthening the patriotic education of youth.

Keywords: youth, patriotism, patriotic education, civic identity, state ideology.

Contact information: 29 Polytechnicheskaya st., 29 B, 195251; e-mail: Elina_avakova@mail.ru

В настоящее время в нашей стране продолжается реализация Федерального проекта «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации», цель которого – воспитание гармонично развитой и социально ответственной личности на основе духовно-нравственных

Гончаренко Лев Николаевич - доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин Балтийского Гуманитарного Института

Авакова Элина Борисовна - кандидат социологических наук, доцент Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью Санкт-Петербургского Политехнического университета Петра Великого

Кузнецов Артем Александрович - преподаватель кафедры рекламы и связей с общественностью Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна

L. Goncharenko – Doctor of Historical Sciences, Professor, Professor of the Department of Humanities and Socio-Economic Disciplines, Baltic Humanitarian Institute

E. Avakova – Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor of the Higher School of Media Communications and Public Relations, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

A. Kuznetsov – Lecturer of the Department of Advertising and Public Relations, St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

© Гончаренко Л.Н., Авакова Э.Б., Кузнецов А.А., 2024

ценностей народов Российской Федерации, исторических и национально-культурных традиций. В соответствии с поставленной целью проект решает задачи формирования и развития эффективной системы патриотического воспитания детей и молодежи, основанной на принципах нравственности и гражданской идентичности [16].

Важнейшей составляющей гражданской идентичности человека является его историческая самоидентификация, то есть осознанная связь со всеми предшествующими этапами истории своего государства и своей национальной общности, понимание перспектив их развития в обозримом будущем, а также умение отделять созидательные, конструктивные явления и процессы прошлого от деструктивных и вредных для государства и общества. Очевидно, что гражданская идентичность формируется на протяжении всей жизни человека, а ее основы закладываются на ранних этапах, что требует постоянного внимания и осознанной государственной политики по ее формированию и идейно-смысловому наполнению [1]. Важнейшая роль в этом процессе принадлежит исторической науке и образованию, которые выступают в качестве двух базовых основ исторического сознания населения страны. Только научный взгляд на историю страны позволяет дать объективную, правдивую картину произошедших событий и адекватную оценку тех или иных исторических личностей. Только образование позволяет внедрить в общественное сознание научный взгляд на историю и избавить граждан страны от разного рода исторических мифов, идеализации или, напротив, очернительства прошлого.

Современная действительность требует серьезного анализа и активной политики государства по утверждению государственной, национально ориентированной идеологии с максимальной опорой на весь спектр национальных гуманитарных наук [4]. Напомним, что «идеология» (от греч. *idea* – представление и *logos* – слово, учение, знание) – система идей, взглядов, представлений, содержащая концептуальное, теоретическое осмысление социального бытия с точки зрения интересов, потребностей, целей и идеалов определенных социальных групп и слоев, национальных образований. Идеология является продуктом социально-политической деятельности людей, составной частью духовного производства и культуры. Структурно она состоит из политических теорий и идей, общественно-политических взглядов, ценностей, концепций политического развития и политических программ, политических символов и т.п. [6, с. 364]. При этом ключевыми основами любой идеологии являются социальные ценности и интересы, которые она обосновывает, защищает и продвигает.

Государственная идеология представляет собой особый и, в каждом конкретном случае, уникальный тип идеологии [3]. Помимо того, что она неизбежно формулирует на общегосударственном уровне определенные идейные постулаты и свое отношение к другим идеологическим концепциям и системам, она имеет ряд типологических отличий, непосредственно касающихся ее сущностных основ и перспектив продвижения среди населения страны. Возникая, как правило, в качестве идеологии определенной политической группы лиц, партии или социального слоя, она не может продолжать свое существование в данном узком качестве и неизбежно ищет свою опору в ценностях большинства государственного социума. Именно ценности формируют идеалы, позволяют определить цели и предопределяют выбор средств их достижения. Ценности и интересы в государственном идеологическом контексте не только тесно взаимосвязаны, но и выступают в качестве побудительных мотивов и духовно-политической основой всей государственной политики, обосновывая и идейно ее защищая. Становясь государственной, идеология должна учитывать интересы большинства социума, идейно их обосновывать, а также обеспечивать передачу и закрепление в сознании молодого поколения граждан страны основных своих постулатов. В противном случае идеология не имеет шансов на существование в статусе государственной, тем более на продолжительный период времени. И еще одна важнейшая особенность. Обретая статус государственной, идеология неизбежно вынуждена обращаться

к прошлому государства и общества. Новая идеология либо отрицает и обосновывает необходимость разрушения старых государственных основ и архетипов, иногда до основания, либо заявляет о своем продолжительстве и даже преемственности исторического наследия, обосновывая необходимость сохранения определенных предшествующих форм, традиций и духовных основ. В обоих случаях прошлое приобретает почти сакральное значение, являясь важнейшим идеологическим аргументом, обоснованием, основой утверждения той или иной идеологии в качестве государственной. Обращение к истории всегда является способом самоутверждения. Это самоутверждение происходит, как отмечено, либо через отрицание прошлого, либо через преемственность. Но если в первом случае это самоутверждение носит деструктивный, разрушительный характер, то провозглашение преемственности позволяет опереться на достижения предшественников и установить связь прошлого с настоящим, а значит и с будущим, поскольку формируемое настоящее всегда является ни чем иным, как прошлым будущего. Так создается образ непрерывности исторического процесса и формируется цельное историческое сознание людей, связанных общностью исторической судьбы, что является одной из фундаментальных основ национального единства.

Важной проблемой, имеющей самое непосредственное отношение к формированию конструктивного общенационального исторического сознания населения Российской Федерации, является проблема выработки и поддержания общенационального консенсуса по важнейшим аспектам отечественной истории. Достижение общенационального согласия и исторического единства [5] были обозначены Президентом РФ В.В. Путиным как приоритетное направление политики государства. 4 ноября 2021 года на открытии памятника «Сыновьям России, воевавшим в Гражданскую войну» Президент сказал, что «мемориальный комплекс в Севастополе служит знаком того, что Россия помнит и любит всех преданных ей сынов и дочерей, с какой бы стороны баррикад они когда-то не находились, что наша страна вновь обрела историческое единство» [14]. Очевидно, что восстановление исторического согласия не есть одномоментный акт, оно возникает в результате целенаправленных и систематических усилий государства и всех общественных институтов. В этой связи слова Президента являются не только констатацией достигнутых результатов, но и важнейшим идеологическим целеполаганием. В июне 2003 г., посещая колыбель российской государственности – Старую Ладугу, Президент В.В. Путин вполне определенно отметил, что «...если говорить про объединяющую идеологию, то для такой страны, как Россия, – это, конечно, патриотизм. Нам недостаточно вспоминать, какими мы были великими, талантливыми и красивыми. Надо, чтобы мы сегодня были такими» [7, с. 4].

Патриотизм, как идеология, как стержень национальной духовности и сплочения, не является идейной новеллой. История свидетельствует, что именно патриотическая идея являлась основой возникновения и дальнейшего существования национальных государств. Там, где эта идеология умалялась или, в силу самых разных причин, угасала, переставали существовать страны и народы. Многие известные идеологические построения нового и новейшего времени просто младенцы по сравнению с идеологией патриотизма. Более того, многие из идеологических систем этих периодов смогли продлевать свое существование, только обогатив свой идейный багаж идеями любви к отечеству, то есть перейдя на позиции этнического либо государственного патриотизма. Что касается России, то патриотическая идея всегда жила в сознании русского народа и других народов нашего отечества. Актуальна она и в настоящее время, на новом переломном этапе истории, особенно для молодого поколения граждан страны.

От уровня распространения патриотических настроений среди молодежи во многом зависит вектор развития государства. Несмотря на то, что патриотизм активно распространен среди граждан нашей страны, для определенных групп, в том числе молодежи, характерны сомнения, неосведомленность и скептическое отношение к патриотическому воспитанию.

Так, например, опрос ВЦИОМ, проведенный в марте 2023 года, показал следующие результаты. 42% опрошенной молодежи в возрасте от 18 до 24 лет однозначно считают себя патриотами своей страны, 43% отвечают – «скорее да». На вопрос о том, что значит быть патриотом, самыми распространенными ответами стали следующие: «стремиться улучшить положение дел в стране» и «говорить о своей стране правду, какой бы горькой она ни была» (50%), «работать/действовать во благо для процветания страны» (48%), «защищать свою страну от любых нападков и обвинений» (35%), «считать себя частью страны» (24%). Еще один вопрос, связанный с тем, что лично для респондентов означает «любить свою Родину», показал следующие результаты. Молодежь указанной выше возрастной группы считает, что в первую очередь необходимо знать и любить историю, культуру, традиции своей страны (18%), а также вкладываться в ее развитие и процветание, при этом отметим, что 15% респондентов затруднились ответить на данный вопрос [13]. Другой опрос, посвященный изучению мнения граждан в отношении введения в школах мер, направленных на патриотическое воспитание показал, что только 67% респондентов считают, что школа должна выполнять патриотические функции, при этом в возрастной группе от 18 до 24 лет самый низкий показатель – положительно ответили только 46% опрошенных [11]. К сожалению, действительно, в молодежной среде распространено восприятие патриотизма как устаревшего и неактуального феномена – это ошибочное представление. Патриотизм может и должен лежать в основе личностного развития и социальной активности, помогать молодому поколению преодолевать многочисленные вызовы и проблемы современной реальности.

В современной России идеология патриотизма должна быть сформирована на основе солидарности представителей самых разных социальных и профессиональных групп населения и институтов гражданского общества, их готовности признать самоценность своего отечества и существующего государства как уникального и универсального социально-политического механизма по управлению общественными делами, гармонизации социальных отношений, гаранта прав и свобод граждан и защите их от различного рода угроз. Вместе с тем, было бы неправильно считать, что идейный синтез осуществляется на основе только существующих в современной России идеологий. Он опирается на весь многовековой идейный опыт российской государственности и духовно-нравственные традиции народной жизни, уходящие своими корнями в далекое и не столь далекое прошлое. Очень важно не просто воспринять эти исторические наработки, а использовать те из них, которые прошли проверку временем, доказали свою эффективность и вновь оказываются необходимыми для общества. Что касается идеологических провалов и неудач, а они также были в прошлом, то их необходимо воспринимать как исторические уроки, которые требуют спокойного и серьезного научного анализа в целях недопущения новых ошибок и заблуждений.

Уже давно идет поиск названия для новой российской патриотической государственной идеологии. Среди предлагаемых вариантов: «консервативная», «неоконсервативная», «национал-либеральная», «либерально-солидаристская», «российская объединяющая патриотическая идеология XXI века», предлагаются и некоторые другие названия [10, с. 49, 136, 186, 222], [12, с. 2], [2], [17]. Безусловно, идеология патриотизма всегда имеет определенный идейно-политический окрас, однако ее главная историческая миссия, ее основное целеполагание вполне определены – это идейное обеспечение существования, сохранения и приумножения могущества государства и всемерное сбережение народа. В этом ядро, стержень и суть современной российской патриотической идеологии. Как показывает практика в определенном смысле совершенствование государственной идеологии в условиях демократии и идейного плюрализма является перманентным процессом, охватывающим широкий спектр сущностных идей экзистенциального свойства, неизбежных и органически присущих прошлому, настоящему и будущему страны. В этом

процессе объективно и неизбежно задействован административный, научный, образовательный, художественно-культурный потенциал государства и всего общества.

Государственная идеология современной России во всей совокупности смыслов и целей в ней заложенных, опирается на новую, вполне определенную и достаточно детально разработанную идейную и политико-правовую базу, зафиксированную на общегосударственном уровне. «Сбалансированность прав и обязанностей граждан, социальное партнерство, экономическая, политическая и социальная солидарность» обеспечиваются Конституцией Российской Федерации [8], которая формирует образ Российского государства и общества к началу XXI века, является результатом уроков, извлеченных из века двадцатого. Никого не должен смущать второй параграф статьи №13 Конституции РФ, который гласит, что «Никакая идеология не может устанавливаться в качестве государственной или обязательной». Это положение, по сути, вступает в противоречие с самим содержанием Конституции. Кроме того, в демократическом государстве существование государственной идеологии совершенно не означает ее строгую обязательность и тем более насильственное насаждение. Статья 13 п. 1 Конституции гласит, что «В Российской Федерации признается идеологическое многообразие». При этом очевидно, что Конституция вполне определенно формулирует основные ценности российского государства и стоит на страже его интересов. В обосновании, продвижении и защите этих ценностей и интересов, зафиксированных в Конституции, и заключается предназначение государственной идеологии. В определенном смысле Конституция РФ глубоко идеологична по самому своему содержанию, также как идеологичны конституции США, Франции, ФРГ, Китая и других стран мира. Каждая из стран, претендующих на особую роль в мире и внутреннюю стабильность, имеют развитую и широко пропагандируемую государственную идеологию, предназначенную как для собственного населения, так и для создания имиджа этой страны в мировом сообществе государств. Конституция, таким образом, выступает не только нормативно-правовой базой всего государственного законодательства, но и нормативно-идеологическим документом, лежащим в основе идейной жизни общества.

В преамбуле Конституции открыто и четко сформулированы глубинные исторические основы существования российской цивилизации. Совершенно определенно говорится об «общей судьбе» многомиллионного народа России, проживающего на «общей земле», о необходимости сохранения исторически сложившегося «государственного единства», о «памяти предков, передавших нам любовь и уважение к Отечеству, веру в добро и справедливость» и о возрождении государственности России. Все эти положения, сформулированные в краткой преамбуле Основного закона государства, являются отражением глубинного исторического сознания российского народа, осознающего себя наследником и продолжателем всей истории существования российского государства.

Наряду с Конституцией РФ нормативную базу идеологии современной России составляют документы стратегического планирования. Среди них: Стратегия национальной безопасности Российской Федерации, Доктрина информационной безопасности Российской Федерации, Стратегия противодействия экстремизму в Российской Федерации до 2025 г., Стратегия государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 г., Основы государственной культурной политики, Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы, Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 г.», Указ Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 г.». Одновременно с формулировкой стратегических целей по важнейшим направлениям внутренней и внешней политики государства, они дают их научно-идеологическое обоснование, содержат исчерпывающую характеристику событий

новейшей мировой и отечественной истории. Ценности и интересы государства и общества лежат в основе глубокого анализа происходящих событий и процессов, оценки существующих угроз и стратегии их преодоления. В этом смысле эти документы вполне определенно определяют характер и тематику научных исследований гуманитариев, в том числе и отечественных историков, а также направленность преподавания истории в различного рода учебных заведениях страны.

Не менее важным является и целый ряд выступлений, статей, обращений и интервью Президента РФ В.В. Путина, в которых формулируется стратегический курс развития российского государства и общества, внутренней и внешней политики, а также даются оценки важнейших этапов и деятелей отечественной истории. К такого рода материалам можно отнести Послания Президента Федеральному Собранию РФ, его речь на конференции в Мюнхене в 2007 году, выступление на встрече с молодыми учеными и преподавателями истории 5 ноября 2014 года в Москве, его статью «Об историческом единстве русских и украинцев», обращения к гражданам от 21, 24 февраля 2022 года, 26 июня 2023 года и др. Во всех этих материалах формулируется выверенная и научно обоснованная позиция Президента РФ по важнейшим вопросам внутренней и внешней политики государства и его видение прошлого, настоящего и будущего России.

Важнейшее значение для формирования государственной идеологии имеет Указ Президента РФ от 9 ноября 2022 г. № 809 «Об утверждении основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» [15]. К таким ценностям отнесены: «жизнь, достоинство, права и свободы человека, патриотизм, гражданственность, служение Отечеству и ответственность за его судьбу, высокие нравственные идеалы, крепкая семья, созидательный труд, приоритет духовного над материальным, гуманизм, милосердие, справедливость, коллективизм, взаимопомощь и взаимоуважение, историческая память и преемственность поколений, единство народов России». Важно, что перечисленные ценности глубоко укоренились в народной жизни, и их признание на государственном уровне отвечает интересам абсолютного большинства населения страны.

Начало формирования этих ценностей уходит в далекое прошлое, они проходили проверку временем и обогащались на протяжении всей многовековой истории России и с полным основанием могут рассматриваться как выдающееся духовно-нравственное достижение многих поколений наших соотечественников и этносов, входящих в состав единой российской нации. В Указе подчеркивается, что особая роль в формировании и укреплении этих ценностей принадлежит православию, другим религиозным конфессиям, на протяжении веков, мирно сосуществующих на пространствах исторической России. И сегодня традиционные ценности государственной идеологии духовного синтеза и общественной консолидации российской нации выступают в качестве духовно-нравственной основы нахождения России в сообществе мировых цивилизаций. Поэтому идеи, сформулированные в Указе, носят не только национальное, но и международное значение. Миру предложена российская альтернатива идеологиям глобализма и американизма. Очень важно, что российская государственная идеология носит не конфронтационный характер, а предполагает широкий диалог между этносами, странами и цивилизациями по основополагающим основам человеческого бытия.

На повестке дня вопрос об институализации государственной идеологии посредством создания в стране опорных структур, разрабатывающих весь комплекс вопросов, связанных с ее продвижением и дальнейшим совершенствованием. Было бы целесообразно всячески способствовать созданию различных государственных, общественных и академических институтов, непосредственно занимающихся разработкой и продвижением российской государственной идеологии, в том числе среди молодежи. Велика в этом и роль Русской Православной церкви, армии, массового волонтерского движения, молодежных и

ветеранских организаций. Постоянного совершенствования и дальнейшего развития требует система индоктринации идей государственной идеологии в сознание населения и разработка механизмов передачи этих идей новым поколениям граждан страны. Для Российского государства, пережившего два распада в XX веке, идеология Великой, Единой и Неделимой России носит поистине экзистенциальное значение. Очевидно, что российская государственность выступает в качестве основной общественной ценности, а ее защита является основной жизненной целью граждан страны. Эта общенациональная цель должна консолидировать народы, партии и религиозные конфессии страны. Не случайно слова о «хранимой Богом», «священной державе» зафиксированы в Государственном Гимне РФ, а призыв к единству содержится в названии ведущей политической партии России.

Рост внимания к идеологии на общегосударственном уровне и осознание подавляющим большинством общества важности защиты национальных ценностей и интересов предопределяет новые подходы к интерпретации отечественной истории и ее преподаванию в школах и вузах страны. При этом принципиально важна опора на отечественную академическую науку, на достижения профессиональных российских ученых, преподавателей и педагогов, настроенных патриотично, правдиво и ответственно выполнять свою работу на благо государства и его народа.

Все вышесказанное предопределило появление «Концепции преподавания истории России для неисторических специальностей и направлений подготовки, реализуемых в образовательных организациях высшего образования», утвержденной Экспертным советом по развитию исторического образования в феврале 2023 года [9]. Концепция отмечает особое место истории в формировании специалистов с высшим образованием, а историческое сознание определяет в качестве наиболее существенной составляющей гражданской идентичности. Отмечается, что именно принцип историзма позволяет гражданам страны формулировать и аргументированно отстаивать патриотическую позицию. Вместе с тем, высказана озабоченность, что сохраняется и углубляется разлад в подходах к отбору содержания, в трактовках и концепциях. Это касается как истории России в целом, так и многих актуальных проблем прошлого. В этой связи Концепция призвана обеспечить единство в осуществлении исторического образования молодого поколения, определить его содержание и методологические принципы в интересах российского государства и общества. К важнейшим принципам исторического образования отнесены: научность, связь истории России с событиями всемирной истории, анализ опыта национальной и конфессиональной политики Российского государства на всех этапах его существования. Глубокий смысл и большое значение имеет положение Концепции, согласно которому преподавателям «необходимо избегать негативного уклона и «очернительства», оставаясь на позициях объективности и историзма, отмечать по преимуществу созидательный характер деятельности Российского государства и населяющих его народов по хозяйственному освоению обширных территорий, достижений в сфере культуры и науки».

Богатейшая страна, самое большое государство мира, созданное всеми поколениями россиян, страна с уникальной культурой, имеющей планетарное значение, страна, первая проложившая человечеству дорогу в космос, держава, созданная гением русского и других этносов – таковы ориентиры, определяемые Концепцией преподавания истории и идейные основы формирования общероссийской идентичности, российского патриотизма и упрочения исторической памяти. Концепция исходит из понимания единства мирового исторического процесса и органического единства всех периодов российской истории. Очень важным представляется закрепление в историческом сознании всех поколений граждан страны представления о том, что российская государственность последовательно адаптировалась к особенностям переживаемых ею эпох. Именно такой исторический алгоритм позволяет сформировать целостное восприятие отечественной истории и раскрыть значение всех ее периодов.

Необходимо также учитывать, что историческая память всегда имеет определенную идейную направленность, она носит избирательный характер и побуждает человека к определенной деятельности, либо созидательной конструктивной, либо, напротив, деструктивной направленности. Происходит постоянная корреляция ценностных представлений носителей исторической памяти с ценностными установками тех ли иных исторических персонажей. В этой связи, идеологические коды, закладываемые в сознании граждан страны, играют важнейшее значение в оценке исторических деятелей и событий, в которых они участвовали. Выработка единых государственных подходов к трактовке истории не означает отказ от постоянного переосмысления прошлого и изменения некоторых устоявшихся оценок участников исторического процесса. Такого рода переосмысления неизбежны и основываются на введении в научный оборот новых исторических фактов, научных открытий в области истории и опыта, накопленного новыми поколениями граждан страны. Такое переосмысление не только неизбежно, но и необходимо. Важно только, чтобы оно служило укреплению российской государственности, сплочению, а не размежеванию разных возрастных, национальных и иных социальных групп населения.

На основе государственной идеологии происходит воспитание подрастающих поколений в духе патриотизма, формируется гражданская идентичность населения страны, общество консолидируется на основе определенных общенациональных ценностей и идеалов, у людей возникает чувство неразрывности общей исторической судьбы и общей Родины.

Литература

1. Авакова Э.Б., Гончаренко Л.Н. Историческое самосознание как важнейшая составляющая гражданской идентичности и условие формирования российского патриотизма // Политические институты и процессы в России в условиях современной международно-политической напряженности: сборник материалов научно-практической конференции Донецкого регионального отделения РАПН ко Дню политолога в Донецком государственном университете, Донецк, 12 сентября 2023 года. – Донецк: Донецкий государственный университет, 2023. – С. 154-161.
2. Базовые ценности россиян: Социальные установки. Жизненные стратегии. Символы. Мифы: По материала проекта «Томская инициатива»: монография / Л.М. Смирнов, И.Г. Дубов, Е.Ш. Курбангалеева и др. М.: Дом интеллектуал. книги, 2003. – 445 с.
3. Гончаренко Л.Н., Авакова Э.Б. Исторические концепции и аксиологические трансформации государственной идеологии в России // Актуальные проблемы современного общества. Социология. Управление. Политика : Межвузовский сборник научных трудов / Под редакцией Э.Б. Аваковой. СПб: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2019. – С. 5-37.
4. Гончаренко Л.Н., Авакова Э.Б. К вопросу о государственной идеологии современной России // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Политология. Религиоведение. – 2020. – Т. 31. – С. 6-20. DOI 10.26516/2073-3380.2020.31.6
5. Гончаренко Л.Н., Авакова Э.Б., Кузнецов А.А. Гражданская война и современная Россия: социальные уроки и политика обретения исторического единства // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2022. – № 1. – С. 174-178. – DOI 10.22394/2079-1690-2022-1-1-174-178.
6. Жовтун Д.Т. Идеология: актуальные аспекты социологического анализа // Социология. Учебник. М., 2004.
7. Колесников А. Сельский час Владимира Путина // Коммерсант, 2003. 18 июля.
8. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс] URL: <http://kremlin.ru/acts/constitution> (дата обращения: 20.04.2024).
9. Концепция преподавания истории России для неисторических специальностей и направлений подготовки, реализуемых в образовательных организациях высшего образования [Электронный ресурс] URL: https://minobrnauki.gov.ru/action/history_expert/files/Концепция_преподавания_истории_России_для_неисторических_специальностей.pdf (дата обращения: 20.04.2024).
10. Кузнецов В.Н. Социология идеологии: учебное пособие. М.: КДУ, 2009. – 379 с.
11. Новации школьного патриотизма: за и против [Электронный ресурс] URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/novacii-shkolnogo-patriotizma-za-i-protiv> (дата обращения 18.04.2024).
12. Павловский Г. Что сказал Президент // Новые известия. 27 мая 2004.
13. Патриотизм: мониторинг [Электронный ресурс] URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/patriotizm-monitoring> (дата обращения 18.04.2024).

14. Стенограмма Поздравления В.В. Путина с Днем народного единства 4 ноября 2021 г. [Электронный ресурс] URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/67065> (дата обращения: 20.04.2024).

15. Указ Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» [Электронный ресурс] URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/48502> (дата обращения: 20.04.2024).

16. Федеральный проект «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации» национального проекта «Образование» [Электронный ресурс] URL: <https://rospatriotcentr.ru/rospatriot/patriotic/> (дата обращения 18.04.2024).

17. Яновский Р.Г. Патриотизм: о смысле созидającego служения Человеку, Народам России и Отечеству. М.: Кн. и бизнес, 2004. – 527 с.

СОЦИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

DOI: 10.24412/1994-3776-2024-3-132-138

УДК: 338.48

М. К. Измайлов

СОЦИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ: КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

M. Izmaylov. Social marketing in higher education: congress and exhibition activities

Аннотация. Исследование посвящено анализу состояния и перспектив развития конгрессно-выставочной деятельности в сфере высшего образования. Особое внимание в работе уделено изучению роли и места конгрессно-выставочной деятельности в системе высшего образования. Исследование выявило целый ряд проблем и факторов, существенно сдерживающих дальнейший прогресс развития конгрессно-выставочных мероприятий. В этой связи в рамках исследования разработан ряд практических рекомендаций, охватывающих ключевые аспекты данного направления.

Ключевые слова: конгрессно-выставочные мероприятия, конгрессно-выставочная деятельность, высшие учебные заведения, стратегическое развитие, перспективы, конкурентоспособность.

Контактная информация: 195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29; e-mail: izmajlov_mk@spbstu.ru

Abstract. The research is devoted to the analysis of the state and prospects of development of congress and exhibition activity in the sphere of higher education. Special attention is paid to the study of the role and place of congress and exhibition activity in the system of higher education. The study revealed a number of problems and factors that significantly hinder further progress in the development of congress and exhibition activities. In this regard, the study has developed a number of practical recommendations covering key aspects of this area.

Keywords: congress and exhibition events, congress and exhibition activities, higher education institutions, strategic development, prospects, competitiveness.

Contact information: 29 Polytechnicheskaya st., Saint-Petersburg, 195251; e-mail: izmajlov_mk@spbstu.ru

Современные реалии диктуют необходимость поиска эффективных инструментов развития и продвижения сферы высшего образования. В этом контексте особое внимание следует

Измайлов Максим Кириллович - кандидат экономических наук, доцент Высшей школы производственного менеджмента Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого

M. Izmaylov – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Graduate School of Industrial Management of Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

© Измайлов М. К., 2024

уделить такому направлению, как конгрессно-выставочная деятельность. Конгрессно-выставочные мероприятия выступают в качестве значимых площадок для обмена передовым опытом, демонстрации образовательных инноваций, установления партнерских связей между вузами, работодателями и другими заинтересованными сторонами. Несмотря на очевидную значимость данного направления, его потенциал в сфере высшего образования используется недостаточно эффективно. Существует ряд системных проблем, сдерживающих развитие конгрессно-выставочной деятельности, в том числе недостаточная интеграция конгрессно-выставочных мероприятий в общую стратегию развития высшего образования, несовершенство нормативно-правовой базы, ограниченность ресурсного обеспечения [2].

В этой связи, целью данного исследования является комплексный анализ состояния и перспектив развития конгрессно-выставочной деятельности в сфере высшего образования с разработкой практических рекомендаций по повышению ее эффективности. Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач, включающих:

- изучение роли и места конгрессно-выставочной деятельности в системе высшего образования;
- анализ текущего состояния и основных тенденций развития данного направления;
- выявление ключевых проблем и факторов, сдерживающих развитие конгрессно-выставочной деятельности в сфере высшего образования;
- разработку практических рекомендаций по совершенствованию организации и повышению эффективности конгрессно-выставочной деятельности в высших учебных заведениях России.

Научная новизна представленного исследования заключается в комплексном анализе конгрессно-выставочной деятельности как инструмента развития сферы высшего образования, что позволит сформировать целостное представление об ее состоянии, проблемах и перспективах. Практическая значимость работы состоит в разработке конкретных рекомендаций, направленных на совершенствование организации и повышение эффективности конгрессно-выставочной деятельности в вузах. Результаты исследования могут быть использованы органами управления высшим образованием, руководством вузов, организаторами конгрессно-выставочных мероприятий для принятия обоснованных управленческих решений в данной области.

Конгрессно-выставочные мероприятия предоставляют широкие возможности для продвижения образовательных услуг, демонстрации инновационных разработок, обмена лучшими практиками между вузами, налаживания взаимодействия с работодателями и другими заинтересованными сторонами. Участие в таких мероприятиях позволяет вузам укреплять свои конкурентные позиции, расширять географию присутствия, привлекать дополнительные ресурсы для реализации образовательных и научных проектов [4]. Несмотря на очевидную значимость конгрессно-выставочной деятельности в системе высшего образования, ее роль и место пока недостаточно изучены. Ключевые вопросы, касающиеся функций, форматов, эффектов от участия вузов в данных мероприятиях, требуют более глубокого научного анализа. В этой связи целью настоящего исследования является комплексное изучение роли и места конгрессно-выставочной деятельности в системе высшего образования.

Теоретико-методологической базой исследования выступают труды отечественных и зарубежных ученых, посвященные вопросам организации и проведения конгрессно-выставочных мероприятий, изучению их влияния на различные сферы социально-экономического развития, в том числе на систему высшего образования. Методология исследования включает комплекс общенаучных и специальных методов, таких как анализ научной литературы, синтез, сравнение, обобщение, систематизация, экспертные оценки, статистический анализ.

Конгрессно-выставочные мероприятия предоставляют вузам широкие возможности для презентации образовательных программ, укрепления бренда и имиджа, привлечения абитуриентов [5]. Участие в подобных мероприятиях позволяет вузам позиционировать себя на рынке образовательных услуг, формируя лояльность целевой аудитории. Кроме того, конгрессно-выставочные площадки служат эффективным каналом трансфера инноваций в сферу высшего образования. Они создают условия для демонстрации и обмена передовыми образовательными технологиями, методиками и решениями, что способствует модернизации образовательного процесса [1]. Немаловажную роль конгрессно-выставочная деятельность играет в развитии партнерских связей вузов с работодателями, органами власти, научными организациями. Участие в данных мероприятиях позволяет налаживать конструктивный диалог и эффективное взаимодействие с ключевыми стейкхолдерами, что создает предпосылки для реализации совместных проектов. Кроме того, конгрессно-выставочные мероприятия выступают важным фактором повышения квалификации и профессионального развития профессорско-преподавательского состава вузов. Они предоставляют возможности для обмена передовым педагогическим опытом, презентации результатов научных исследований, установления научных коллабораций. Основываясь на вышеизложенном можно сделать соответствующий вывод о том, что конгрессно-выставочная деятельность занимает многогранное место в системе высшего образования, решая широкий спектр задач, связанных с маркетингом образовательных услуг, трансфером инноваций, развитием партнерских связей, повышением квалификации кадров. Ее потенциал заключается в формировании конкурентных преимуществ вузов, повышении качества и эффективности образовательных процессов [3]. Для более полного раскрытия потенциала конгрессно-выставочной деятельности в высшем образовании важно обеспечить ее более активную интеграцию в общую стратегию развития вузов, совершенствование нормативно-правового регулирования данной сферы, увеличение финансовых и материально-технических ресурсов, повышение компетенций организаторов. Реализация подобных мер позволит системно использовать преимущества конгрессно-выставочной деятельности в целях модернизации и повышения конкурентоспособности высшего образования.

Анализ текущего состояния данного направления позволяет выявить ряд позитивных тенденций, свидетельствующих о возрастающей роли конгрессно-выставочной деятельности в системе высшего образования. В первую очередь, наблюдается устойчивый рост числа вузов, активно участвующих в конгрессно-выставочных мероприятиях. Если прежде это было характерно преимущественно для ведущих университетов, то сегодня данное направление становится неотъемлемой частью деятельности широкого круга высших учебных заведений [8]. Это говорит о признании вузами значимости конгрессно-выставочной деятельности как действенного инструмента повышения эффективности образовательных и научных процессов. Кроме того, расширяется спектр форматов конгрессно-выставочных мероприятий, в которых участвуют вузы. Помимо традиционных образовательных выставок, все большую популярность приобретают такие форматы, как научно-практические конференции, форумы, симпозиумы, круглые столы, презентации инновационных разработок. Это позволяет вузам выбирать наиболее оптимальные площадки для решения стоящих перед ними стратегических и тактических задач. Также наблюдается рост географии участия вузов в конгрессно-выставочных мероприятиях. Если ранее их активность была преимущественно сосредоточена на региональном и национальном уровне, то в настоящее время все большее число образовательных организаций выходит на международный уровень, принимая участие в крупных зарубежных конгрессах, выставках и форумах [7]. Это способствует повышению международной репутации и узнаваемости российских университетов. Важной тенденцией является также постепенная интеграция конгрессно-выставочной деятельности в общую стратегию развития вузов. Все больше образовательных организаций рассматривают данное направление как значимый элемент

своей маркетинговой, инновационной, кадровой политики. Это находит отражение в разработке соответствующих программ, планов, положений, регламентирующих организацию и проведение конгрессно-выставочных мероприятий.

Вместе с тем, несмотря на обозначенные позитивные тенденции, конгрессно-выставочная деятельность в высшей школе сталкивается с рядом ограничений и проблем. К ним относятся недостаточность финансовых и материально-технических ресурсов, выделяемых вузами на эти цели, недостаточная квалификация организаторов, отсутствие четких механизмов оценки эффективности участия в конгрессно-выставочных мероприятиях. Решение данных проблем является ключевым условием для более полного раскрытия потенциала конгрессно-выставочной деятельности в качестве действенного инструмента модернизации и развития высшего образования [6]. Одна из наиболее значимых проблем заключается в недостаточности финансовых и материально-технических ресурсов, выделяемых вузами на организацию и участие в конгрессно-выставочных мероприятиях. Зачастую образовательные организации сталкиваются с нехваткой средств для аренды выставочных площадей, разработки презентационных материалов, командирования сотрудников. Это существенно ограничивает их возможности по полноценному представлению себя на конгрессно-выставочных площадках, снижая отдачу от данного направления деятельности. Наряду с ресурсными ограничениями, серьезной проблемой выступает недостаточная квалификация организаторов конгрессно-выставочной деятельности в вузах. Зачастую эти функции возлагаются на сотрудников, не имеющих специальной подготовки и опыта в данной сфере. Это негативно сказывается на качестве и эффективности проводимых мероприятий, снижая их результативность для вузов. Еще одной ключевой проблемой является отсутствие четких механизмов оценки эффективности участия вузов в конгрессно-выставочных мероприятиях. Несовершенство критериев и методик оценки приводит к тому, что образовательные организации зачастую не могут в полной мере обосновать целесообразность своего участия, что, в свою очередь, затрудняет принятие управленческих решений по данному направлению. Сдерживающим фактором также выступает недостаточная интегрированность конгрессно-выставочной деятельности в общую стратегию развития вузов. Во многих случаях данное направление рассматривается обособленно, вне связи с другими элементами образовательной, научной, маркетинговой, кадровой политики. Это препятствует эффективному использованию конгрессно-выставочной деятельности как инструмента достижения стратегических целей высших учебных заведений. Кроме того, значительным сдерживающим фактором выступает несовершенство нормативно-правового регулирования конгрессно-выставочной деятельности в сфере высшего образования. Отсутствие четких правовых норм, регламентирующих организацию, проведение и участие вузов в таких мероприятиях, создает дополнительные сложности и барьеры.

Эффективная организация конгрессно-выставочной деятельности в высших учебных заведениях России - ключевой фактор их успешного развития и интеграции в глобальное образовательное пространство. Для достижения этой цели необходимо разработать комплексный подход, включающий в себя стратегическое планирование, оптимизацию организационной структуры, повышение качества проводимых мероприятий, развитие материально-технической базы и профессиональных компетенций сотрудников. Начать следует с разработки стратегии развития конгрессно-выставочной деятельности вуза. Это предполагает определение четких целей и задач, согласованных с общей стратегией развития университета. Важно провести тщательный анализ имеющихся ресурсов - финансовых, кадровых, материально-технических - и оценить потенциальные возможности для их укрепления и наращивания. На основе этого должен быть разработан детальный план мероприятий по совершенствованию конгрессно-выставочной деятельности на средне- и долгосрочную перспективу. Создание эффективной организационной структуры является

ключевым элементом успешной реализации стратегии. Это предполагает создание специализированного отдела или центра конгрессно-выставочной деятельности с четким распределением обязанностей и ответственности. Важно обеспечить привлечение высококвалифицированных специалистов, обладающих необходимыми компетенциями в области организации и проведения конгрессно-выставочных мероприятий. Кроме того, следует наладить продуктивное взаимодействие данного подразделения с другими структурами вуза для обеспечения комплексного подхода. Помимо организационных преобразований, необходимо уделить пристальное внимание повышению качества проводимых конгрессно-выставочных мероприятий. Это подразумевает разработку и внедрение стандартов и регламентов, оптимизацию логистики и технического обеспечения, совершенствование информационного и рекламно-маркетингового сопровождения. Кроме того, важно укреплять партнерские отношения с ведущими организаторами конгрессно-выставочных событий. Не менее важным направлением является развитие и модернизация материально-технической базы. Создание современных конгрессно-выставочных центров и площадок непосредственно на территории вуза, оснащение их высокотехнологичным оборудованием позволит повысить привлекательность и конкурентоспособность университета на рынке образовательных и научно-исследовательских услуг. Не менее значимым элементом повышения эффективности конгрессно-выставочной деятельности является инвестирование в развитие профессиональных компетенций сотрудников. Регулярное обучение и повышение квалификации персонала, внедрение системы мотивации и карьерного роста, а также активный обмен опытом с ведущими российскими и зарубежными университетами позволят сформировать высококвалифицированную команду, способную обеспечить высокий уровень организации и проведения мероприятий. Одним из важнейших направлений является совершенствование системы организации и проведения конгрессно-выставочных мероприятий. Это предполагает разработку и внедрение единых стандартов и регламентов, позволяющих обеспечить высокий уровень качества и эффективности. Особое внимание следует уделить оптимизации логистики и технического обеспечения, а также совершенствованию системы информационного и рекламно-маркетингового сопровождения. Не менее важным является налаживание прочных партнерских отношений с ведущими организаторами конгрессно-выставочных мероприятий. Повышение эффективности участия вузов в подобных мероприятиях тесно связано с тщательным анализом целесообразности и постановкой конкретных целей. На основе этого должна быть разработана комплексная концепция и стратегия участия, предусматривающая оптимизацию формата и содержания экспозиций, а также активное вовлечение ключевых сотрудников. Данный подход позволит максимизировать отдачу от участия в конгрессно-выставочных событиях. Развитие и совершенствование материально-технической базы также играет важную роль в повышении эффективности конгрессно-выставочной деятельности вузов. Создание современных конгрессно-выставочных центров и площадок непосредственно на территории университетов, оснащение их высокотехнологичным оборудованием позволит не только улучшить условия для проведения мероприятий, но и повысить их привлекательность для потенциальных участников. Наконец, ключевым фактором успеха является инвестирование в развитие профессиональных компетенций сотрудников, занятых в организации конгрессно-выставочной деятельности. Регулярное обучение и повышение квалификации персонала, внедрение системы мотивации и карьерного роста, а также активный обмен опытом с ведущими российскими и зарубежными университетами позволят сформировать высококвалифицированную команду, способную обеспечить высокий уровень организации и проведения мероприятий.

Реализация предложенных мероприятий позволит высшим учебным заведениям России добиться значительного роста эффективности конгрессно-выставочной деятельности по

целому ряду важных направлений. Прежде всего, это касается повышения качества и результативности проводимых мероприятий, что напрямую влияет на их востребованность и популярность среди целевой аудитории. Увеличение охвата участников, в том числе за счет привлечения международных партнеров, позволит расширить географию и масштабы взаимодействия. Немаловажную роль будет играть рост объема привлекаемых ресурсов - финансовых, кадровых, информационных и иных, необходимых для дальнейшего развития конгрессно-выставочной деятельности. Это позволит не только укрепить материально-техническую базу, но и расширить спектр предлагаемых услуг, повысить их качество и привлекательность. Совершенствование организации конгрессно-выставочных мероприятий, а также активное участие в них также будет способствовать усилению позиционирования вузов на профессиональных рынках и повышению их имиджа в глазах целевых аудиторий - от потенциальных абитуриентов до работодателей и партнеров. Это, в свою очередь, откроет новые возможности для расширения международного сотрудничества и полноценной интеграции российских университетов в глобальное образовательное пространство. Не менее важным результатом станет рост ключевых показателей эффективности конгрессно-выставочной деятельности - количества проводимых мероприятий, числа их участников, объема привлеченных средств, количества заключенных соглашений и т.д. Регулярный мониторинг и оценка этих показателей позволит своевременно вносить коррективы, адаптируя стратегию развития конгрессно-выставочной деятельности к меняющимся условиям и потребностям. Таким образом, комплексное внедрение предложенных рекомендаций станет мощным драйвером повышения конкурентоспособности российских вузов, укрепления их позиций на образовательном рынке, а также расширения международного сотрудничества и интеграции в глобальное научно-образовательное пространство.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод, что конгрессно-выставочная деятельность играет ключевую роль в системе высшего образования, выступая эффективным инструментом продвижения вузов, расширения международного сотрудничества и привлечения ресурсов для развития. Комплексный анализ состояния данного направления в российских университетах выявил как ряд положительных тенденций, так и целый комплекс проблем, сдерживающих его дальнейшее развитие. Предложенные в рамках исследования практические рекомендации по развитию данного направления охватывают ключевые аспекты, начиная от разработки стратегии и создания эффективной организационной структуры до повышения качества мероприятий, модернизации материально-технической базы и развития профессиональных компетенций сотрудников. Реализация этих мер будет способствовать значительному росту эффективности конгрессно-выставочной деятельности по целому ряду ключевых показателей: повышению качества и результативности проводимых мероприятий, расширению охвата и привлечению большего числа участников, увеличению объема привлекаемых ресурсов, укреплению позиций вузов на профессиональных рынках и расширению международного сотрудничества.

Литература

1. Алексеева, Н. С. Управление стратегическими ресурсами и активами предприятия в контексте цифровой трансформации / Н. С. Алексеева, М. К. Измайлов, З. Л. Симакова. – Санкт-Петербург : Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого", 2023. – 109 с.
2. Зуева, Я. И. Конгрессно-выставочная деятельность как форма международного сотрудничества / Я. И. Зуева // Наука и просвещение: актуальные вопросы, достижения и инновации : сборник статей X Международной научно-практической конференции, Пенза, 30 мая 2023 года. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2023. – С. 288-290.
3. Карпов, Д. А. Инновации в конгрессно-выставочной деятельности: новые подходы и технологии / Д. А. Карпов // Вестник НГУЭУ. – 2024. – № 1. – С. 90-100.

4. Конягина, М. Н. Поддержка конгрессно-выставочной деятельности региона: опыт Санкт-Петербурга / М. Н. Конягина, Д. О. Громова, А. А. Полякова // Естественно-гуманитарные исследования. – 2020. – № 30(4). – С. 76-83.

5. Новожилова, И. Ю. Конгрессно-выставочная деятельность в условиях глобализации и развития двусторонних отношений между Китаем и Россией / И. Ю. Новожилова // Туристско-рекреационный потенциал и особенности развития туризма и сервиса : Материалы Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов, Калининград, 29 апреля 2019 года / Под редакцией В.С. Корнеевца, Л.В. Семеновой. Том Выпуск 12. – Калининград: Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта, 2019. – С. 79-83.

6. Полякова, А. А. Конгрессно-выставочная деятельность - инструмент стимулирования инновационного развития предпринимательства в Санкт-Петербурге / А. А. Полякова // Научные труды Северо-Западного института управления РАНХиГС. – 2019. – Т. 10, № 3(40). – С. 179-188. – EDN TUTJUK.

7. Степанова, А. Ю. Эффективность конгрессно-выставочной деятельности университета в области инновационного развития региона / А. Ю. Степанова, О. Э. Кичигин // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. – 2021. – № 1(29). – С. 132-137.

8. Стрельникова, Л. А. Управление человеческими ресурсами в условиях глобализации и цифровизации экономики : Учебное пособие / Л. А. Стрельникова, Е. Р. Счисляева, К. С. Плис. – Санкт-Петербург : федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский государственный морской технический университет", 2022. – 236 с.

DOI: 10.24412/1994-3776-2024-3-138-144

УДК: 338.48

Д.А. Карпов

ПРОБЛЕМЫ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ФАКТОРА РАЗВИТИЯ

D. Karpov. Problems of congress and exhibition activity as a factor of development

Аннотация. Настоящее исследование направлено на выявление и анализ ключевых проблем конгрессно-выставочной деятельности, препятствующих ее развитию в качестве фактора роста делового туризма, образовательной деятельности и межрегионального партнерства. На основе анализа российского и зарубежного опыта разработан комплекс рекомендаций по нивелированию данных проблем, что позволит повысить эффективность конгрессно-выставочной деятельности в качестве фактора развития делового туризма, образовательной среды и межрегионального партнерства.

Ключевые слова: конгрессно-выставочная деятельность, деловой туризм, образовательная деятельность, межрегиональное партнерство, инфраструктура, кадры, продвижение, конкурентоспособность.

Abstract. The present study is aimed at identifying and analyzing the key problems of congress and exhibition activities that hinder its development as a factor of growth of business tourism, educational activities and interregional partnership. Based on the analysis of Russian and foreign experience, a set of recommendations to level these problems has been developed, which will increase the effectiveness of congress and exhibition activities as a factor in the development of business tourism, educational environment and interregional partnership.

Keywords: congress and exhibition activity, business tourism, educational activity, interregional partnership, infrastructure, personnel, promotion, competitiveness.

Карпов Дмитрий Анатольевич – кандидат педагогических наук, доцент Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью, ученый секретарь университета, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

D. Karpov - Candidate of Pedagogy Sciences, Associate Professor of Graduate School of Media Communications and Public Relations, University academic secretary, Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University

© Карпов Д.А., 2024

Контактные данные: 195251, Санкт-Петербург,
ул. Политехническая, д. 29;
e-mail: karpov_da@spbstu.ru.

Contact information: 29 Polytechnicheskaya st.,
Saint-Petersburg, 195251;
e-mail: karpov_da@spbstu.ru.

Проблема развития конгрессно-выставочной деятельности в современных условиях является крайне актуальной и значимой как для теории, так и для практики управления в сфере туризма и смежных отраслей. Конгрессно-выставочная деятельность выступает важным фактором, оказывающим существенное влияние на развитие делового туризма, образовательной среды и межрегионального партнерства. Актуальность темы исследования обусловлена рядом ключевых обстоятельств. Во-первых, конгрессно-выставочные мероприятия являются неотъемлемым элементом современной деловой среды, поскольку выступают эффективной площадкой для презентации инновационных продуктов и технологий, установления новых деловых контактов, обмена опытом и передовыми практиками. В условиях глобализации экономики и роста конкуренции, данный формат взаимодействия приобретает все большую значимость для развития бизнеса. Во-вторых, конгрессно-выставочная деятельность способствует расширению возможностей в сфере делового туризма, обеспечивая приток деловых посетителей в регионы проведения мероприятий. Это, в свою очередь, создает синергетический эффект для смежных отраслей, таких как гостиничный и ресторанный бизнес, транспортная инфраструктура, событийный маркетинг и т.д. Повышение туристической привлекательности территорий благодаря проведению конгрессно-выставочных мероприятий является важным фактором их социально-экономического развития. В-третьих, конгрессно-выставочная деятельность выступает катализатором расширения образовательной среды и межрегионального сотрудничества. Участие в специализированных мероприятиях, презентация научных разработок и образовательных программ позволяет вузам, научным организациям и учебным центрам привлекать дополнительные ресурсы, а также укреплять профессиональные контакты и партнерские связи. Несмотря на очевидную значимость конгрессно-выставочной деятельности, в современных условиях ее развитие сталкивается с рядом серьезных проблем и ограничений. К наиболее существенным из них можно отнести: недостаточную инфраструктурную обеспеченность регионов, низкий уровень профессиональной подготовки кадров, недостаточную информационную поддержку и продвижение мероприятий, а также высокую конкуренцию на рынке выставочно-конгрессных услуг. Решение данных проблем требует разработки новых подходов и механизмов государственно-частного партнерства, совершенствования нормативно-правовой базы, активизации деятельности профессиональных ассоциаций и союзов. В этой связи, проведение комплексного научного исследования, посвященного проблемам развития конгрессно-выставочной деятельности, представляется весьма актуальным и своевременным. Научная новизна работы заключается в разработке теоретико-методологических основ исследования конгрессно-выставочной деятельности как фактора развития делового туризма, образовательной среды и межрегионального партнерства. Впервые будет проведен комплексный анализ существующих проблем и ограничений в данной сфере, а также предложены механизмы их решения с учетом лучших российских и зарубежных практик. Практическая значимость работы заключается в возможности использования полученных результатов органами государственной власти и местного самоуправления при разработке стратегий и программ развития конгрессно-выставочной деятельности на региональном и муниципальном уровнях. Кроме того, предложенные рекомендации могут быть применены менеджментом выставочных операторов, организаторами конгрессно-выставочных мероприятий, а также руководителями туристических, образовательных и иных профильных организаций.

Конгрессно-выставочная деятельность в современном мире приобретает все большую значимость, превращаясь в один из ключевых факторов, определяющих развитие таких

важных сфер, как деловой туризм, образование и межрегиональное сотрудничество. Рассматривая взаимосвязь конгрессно-выставочной деятельности и делового туризма, следует отметить, что проведение различных форумов, съездов, конференций и специализированных выставок является мощным драйвером привлечения деловых посетителей в регионы их организации. Деловые туристы, приезжающие для участия в таких мероприятиях, создают существенный спрос на сопутствующие услуги - проживание в гостиницах, питание в ресторанах, трансфер и другие виды транспортного обслуживания. Этот дополнительный турпоток обеспечивает высокую загрузку предприятий индустрии гостеприимства, а также способствует развитию сопутствующих отраслей региональной экономики. Кроме того, проведение крупных конгрессно-выставочных мероприятий нередко становится импульсом для реализации масштабных инфраструктурных проектов в принимающем регионе, что в долгосрочной перспективе повышает его инвестиционную привлекательность и туристический потенциал. Не менее значимо влияние конгрессно-выставочной деятельности на развитие образовательной среды. Участие в профильных форумах, презентация новейших научных разработок и образовательных программ открывает широкие возможности для вузов, научно-исследовательских организаций и учебных центров в плане расширения связей с потенциальными партнерами, привлечения дополнительного финансирования, а также популяризации собственного бренда. Благодаря организации конгрессно-выставочных мероприятий, образовательные учреждения получают уникальный шанс продемонстрировать свой потенциал, установить деловые контакты с представителями бизнеса и власти, а также определить перспективные направления развития в соответствии с запросами рынка. Не менее значимыми являются возможности конгрессно-выставочной деятельности в качестве драйвера межрегионального партнерства. Проведение совместных форумов, съездов и выставок на межрегиональном и международном уровнях способствует укреплению связей между различными территориями, обмену опытом и знаниями, а также реализации совместных проектов в сферах экономики, культуры, туризма и других отраслях. Налаживание подобных коммуникаций между регионами и странами открывает новые горизонты для сотрудничества, ведет к росту инвестиционной активности, расширению рынков сбыта и, в конечном счете, повышению конкурентоспособности всех участников.

В основе методологии данного исследования лежит комплексный подход, предполагающий использование широкого спектра общенаучных и специальных методов. Системный анализ позволяет рассматривать конгрессно-выставочную деятельность как сложную многоуровневую систему, находящуюся во взаимосвязи с другими элементами социально-экономической среды - индустрией делового туризма, сферой образования, механизмами межрегионального сотрудничества. Это дает возможность всесторонне изучить ее функционирование, выявить ключевые факторы и закономерности развития. Метод научной абстракции применяется для выделения наиболее существенных проблем конгрессно-выставочной деятельности, определяющих ее влияние на смежные отрасли. Данный подход способствует концентрации внимания на ключевых вопросах и поиску путей их решения. Методы анализа и синтеза используются для детального исследования отдельных аспектов конгрессно-выставочной деятельности (инфраструктурное обеспечение, кадровое обеспечение, маркетинговое продвижение и др.) и их последующей интеграции в целостную картину. Это позволяет сформировать комплексное представление об изучаемом феномене и разработать научно обоснованные рекомендации по его развитию. Сравнительный метод применяется для сопоставления российского и зарубежного опыта организации и развития конгрессно-выставочной деятельности, а также ее влияния на деловой туризм, образовательную среду и межрегиональное партнерство. Данный подход дает возможность выявить как общие тенденции, так и специфические особенности, характерные для различных стран и регионов. Историко-логический метод позволяет

проследить эволюцию конгрессно-выставочной деятельности, выявить закономерности ее трансформации под влиянием социально-экономических, технологических и институциональных факторов. Это создает основу для разработки перспективных моделей развития данной сферы. Комплексное применение описанных методологических подходов обеспечивает всестороннее изучение проблем конгрессно-выставочной деятельности и ее влияния на развитие делового туризма, образовательной среды и межрегионального партнерства. Это создает прочную основу для разработки научно обоснованных рекомендаций по совершенствованию данной сферы.

Конгрессно-выставочная деятельность является многогранным феноменом, представляющим собой сложную многоуровневую систему, находящуюся в тесном взаимодействии с различными элементами социально-экономической среды. В основе конгрессно-выставочной деятельности лежит целый комплекс взаимозависимых компонентов. Это, прежде всего, организационные структуры, такие как выставочные операторы, event-агентства и профессиональные ассоциации. Ключевую роль также играет материально-техническая база - конгрессно-выставочные центры, объекты размещения, предприятия питания и транспортная инфраструктура. Важным элементом системы выступают кадровые ресурсы, включающие менеджеров, маркетологов, организаторов мероприятий и технических специалистов. Неотъемлемой частью конгрессно-выставочной деятельности являются информационно-коммуникационные технологии - системы бронирования, CRM-платформы и цифровые каналы продвижения [1]. Наконец, комплекс маркетинговых инструментов - реклама, PR, продажи и стимулирование участия - обеспечивает продвижение данных услуг на рынке. Все эти компоненты находятся в тесном взаимодействии, образуя сложную многоуровневую систему. Изменения в одном из элементов неизбежно влекут трансформацию всей системы, что делает ее чрезвычайно чувствительной к внешним воздействиям. Важной особенностью конгрессно-выставочной деятельности является ее тесная интеграция с другими элементами социально-экономической среды. Прежде всего, она оказывает существенное влияние на развитие индустрии делового туризма, выступая мощным генератором потока деловых посетителей и стимулируя спрос на сопутствующие услуги - размещение, транспорт, питание и т.д. Кроме того, конгрессно-выставочная деятельность тесно связана со сферой образования, являясь платформой для проведения научных конференций, презентации образовательных программ и установления партнерских связей между учебными заведениями. Наконец, организация и проведение совместных конгрессно-выставочных мероприятий выступает ключевым фактором, способствующим развитию межрегионального и международного сотрудничества. Такие события стимулируют установление деловых контактов, обмен опытом и реализацию совместных проектов между различными территориями.

Проведенное исследование позволило выявить ряд ключевых проблем, с которыми сталкивается конгрессно-выставочная деятельность в современных условиях. Одной из наиболее острых проблем является недостаточная инфраструктурная обеспеченность регионов, проявляющаяся в нехватке качественных конгрессно-выставочных площадок, сопутствующих объектов размещения, питания и транспортного обслуживания. Это существенно ограничивает возможности для проведения крупномасштабных мероприятий и снижает их привлекательность для потенциальных организаторов и участников, оказывая негативное влияние на развитие делового туризма. Другой серьезной проблемой выступает недостаточный уровень профессиональной подготовки кадров, занятых в сфере конгрессно-выставочной деятельности. Дефицит квалифицированных менеджеров, маркетологов, event-организаторов и технических специалистов сдерживает развитие отрасли, снижает качество предоставляемых услуг и ограничивает возможности для эффективного взаимодействия с образовательными учреждениями. Немаловажной проблемой является недостаточная информационная поддержка и продвижение конгрессно-выставочных мероприятий. Слабая

освещенность в СМИ, ограниченное использование современных digital-технологий, незначительные инвестиции в имиджевое продвижение зачастую не позволяют обеспечить необходимый уровень узнаваемости и привлекательности для потенциальных участников, снижая возможности для развития делового туризма и межрегионального партнерства [5]. Кроме того, конгрессно-выставочная деятельность сталкивается с высокой конкуренцией на рынке данных услуг, как на национальном, так и на международном уровне. Борьба за привлечение крупных мероприятий требует от организаторов постоянного совершенствования своего предложения, поиска новых уникальных форматов, расширения спектра сопутствующих услуг, что непосредственно влияет на развитие смежных отраслей. Решение обозначенных проблем предполагает разработку комплексных мер, включающих совершенствование нормативно-правовой базы, развитие государственно-частного партнерства, повышение квалификации кадров, активизацию деятельности профессиональных ассоциаций, а также масштабные инвестиции в инфраструктуру и маркетинговое продвижение конгрессно-выставочных мероприятий.

Результаты проведенного исследования позволили разработать всеобъемлющий комплекс рекомендаций, направленных на преодоление ключевых проблем, препятствующих эффективному функционированию конгрессно-выставочной деятельности в качестве фактора развития делового туризма, образовательной среды и межрегионального партнерства.

Для решения проблемы недостаточной инфраструктурной обеспеченности регионов необходимо сосредоточиться на реализации ряда взаимосвязанных мер. В первую очередь, важно разработать и внедрить систему стимулов, способствующих привлечению частных инвестиций в строительство и модернизацию конгрессно-выставочных центров, соответствующих современным международным стандартам. Кроме того, следует обеспечить комплексное развитие сопутствующей инфраструктуры - объектов размещения, предприятий питания, транспортной доступности и прочих элементов, необходимых для полноценного обслуживания участников конгрессно-выставочных мероприятий. Также ключевую роль играет формирование региональных программ развития конгрессно-выставочной деятельности, интегрированных в стратегии социально-экономического развития территорий.

Для преодоления дефицита квалифицированных специалистов в сфере конгрессно-выставочной деятельности следует разработать и внедрить профессиональные стандарты, определяющие требования к компетенциям менеджеров, маркетологов, организаторов мероприятий и других категорий персонала. Помимо этого, необходимо сформировать систему непрерывной подготовки и повышения квалификации кадров, включая развитие профильных образовательных программ. Особое внимание стоит уделить стимулированию межведомственного взаимодействия между профильными вузами, отраслевыми ассоциациями и бизнес-сообществом для обеспечения высокого уровня кадрового потенциала.

Для усиления информационной поддержки и эффективного продвижения конгрессно-выставочных мероприятий следует активизировать использование современных digital-каналов, социальных сетей и других инструментов маркетинговых коммуникаций [6]. Кроме того, необходимо реализовать комплексные имиджевые кампании, направленные на популяризацию российских конгрессно-выставочных площадок на внутреннем и внешнем рынках. Важным аспектом также является обеспечение широкого освещения значимых событий в федеральных и региональных средствах массовой информации.

Для повышения конкурентоспособности конгрессно-выставочной деятельности на международном рынке целесообразно стимулировать внедрение инновационных подходов к организации и проведению мероприятий, а также передовых технологий. Кроме того, необходимо развивать межрегиональное и международное сотрудничество, способствующее

обмену лучшими практиками в данной сфере. Не менее важным является совершенствование нормативно-правового регулирования отрасли с учетом современных тенденций.

Комплексная реализация описанных рекомендаций, охватывающих ключевые проблемы конгрессно-выставочной деятельности, позволит значительно повысить ее эффективность в качестве фактора развития делового туризма, образовательной среды и межрегионального партнерства. Данные меры будут способствовать раскрытию значительного потенциала конгрессно-выставочной сферы и обеспечению ее устойчивого развития.

Рассматривая зарубежный опыт в рамках исследования, можно предложить также комплекс рекомендаций по нивелированию ключевых проблем конгрессно-выставочной деятельности, препятствующих ее эффективному функционированию. Одним из наиболее успешных международных примеров развития конгрессно-выставочной инфраструктуры является опыт Германии. Немецкая модель предусматривает активное государственно-частное партнерство, в рамках которого органы власти предоставляют разнообразные стимулы (налоговые льготы, субсидии, гарантии) для привлечения инвестиций в строительство и модернизацию современных конгрессно-выставочных центров. Кроме того, уделяется особое внимание развитию сопутствующей инфраструктуры - гостиничного фонда, предприятий питания, доступности транспортных коммуникаций. Данный подход может быть адаптирован к российским реалиям с целью преодоления проблемы недостаточной инфраструктурной обеспеченности регионов [3]. Успешный зарубежный опыт в области кадрового обеспечения демонстрируют Соединенные Штаты Америки. Там действует развитая система профессиональной подготовки и повышения квалификации специалистов конгрессно-выставочной сферы, включающая не только вузовское образование, но и корпоративные программы, тренинги, сертификацию. Кроме того, широко практикуется межведомственное взаимодействие между профильными учебными заведениями, отраслевыми ассоциациями и бизнес-сообществом [4]. Адаптация данного опыта позволит преодолеть дефицит квалифицированных кадров в российской конгрессно-выставочной отрасли. Интересный пример информационной поддержки и продвижения конгрессно-выставочных мероприятий демонстрирует Великобритания. Там реализуются комплексные имиджевые кампании под единым брендом "Business Visits & Events", активно использующие современные digital-инструменты и социальные медиа. Кроме того, обеспечивается широкое освещение значимых событий в ведущих национальных и международных СМИ. Применение подобной практики в России будет способствовать усилению информационной поддержки конгрессно-выставочной деятельности. Повышение конкурентоспособности российской конгрессно-выставочной сферы на международном рынке также возможно за счет изучения и внедрения передового зарубежного опыта. Например, в Сингапуре активно внедряются инновационные технологии (AR, VR, IoT) в организацию мероприятий, а в Китае практикуется стимулирование межрегионального и международного сотрудничества, обмена лучшими практиками [2]. Адаптация подобных подходов позволит усилить конкурентные преимущества российских конгрессно-выставочных площадок.

Проведенное исследование позволило выявить ключевые проблемы конгрессно-выставочной деятельности, определяющие ее влияние на развитие смежных отраслей - делового туризма, межрегионального партнерства и образовательной среды. К их числу относятся недостаточная инфраструктурная обеспеченность, дефицит квалифицированных кадров, недостаточная информационная поддержка, а также высокая конкуренция на международном рынке. Разработанные рекомендации по преодолению данных проблем могут быть использованы органами государственной власти и местного самоуправления при формировании стратегий и программ развития конгрессно-выставочной деятельности, а также менеджментом профильных организаций, ответственных за проведение деловых, научных и культурно-просветительских мероприятий. Комплексный подход к

совершенствованию конгрессно-выставочной деятельности, учитывающий ее влияние на динамику делового туризма, межрегионального партнерства и образовательной среды, позволит повысить эффективность функционирования данного важного сектора экономики и обеспечить реализацию его значительного потенциала в качестве ключевого фактора социально-экономического развития.

Литература

1. Бугаева В. Н. Конгрессно-выставочная деятельность на Дальнем Востоке после пандемии COVID-19 / В. Н. Бугаева // XXXIV Международные Плехановские чтения : Сборник статей студентов В четырех томах, Москва, 29–31 марта 2021 года. Том 1. – Москва: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2021. – С. 23-25.
2. Глухов В. В. Цифровая трансформация экономических систем: факторы и показатели / В. В. Глухов, А. В. Бабкин, Е. В. Шкарупета // 30-летие программы ЮНЕСКО «УНИТВИН»: вклад в развитие образования, науки и культуры : Материалы конференции Санкт-Петербургского Международного экономического форума на базе Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого 17 июня 2022 года, Санкт-Петербург, 17 июня 2022 года. – Санкт-Петербург: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого", 2022. – С. 58-60.
3. Зуева Я. И. Конгрессно-выставочная деятельность как форма международного сотрудничества / Я. И. Зуева // Наука и просвещение: актуальные вопросы, достижения и инновации : сборник статей X Международной научно-практической конференции, Пенза, 30 мая 2023 года. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2023. – С. 288-290.
4. Карпов Д. А. Особенности развития конгрессно-выставочной деятельности в рамках общемировой цифровизации / Д. А. Карпов // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. – 2023. – № 4. – С. 34-40.
5. Полякова А. А. Конгрессно-выставочная деятельность - инструмент стимулирования инновационного развития предпринимательства в Санкт-Петербурге / А. А. Полякова // Научные труды Северо-Западного института управления РАНХиГС. – 2019. – Т. 10, № 3(40). – С. 179-188.
6. Степанова А. Ю. Конгрессно-выставочная деятельность как элемент механизма инновационного развития / А. Ю. Степанова, О. Э. Кичигин // Инновационная экономика и менеджмент: методы и технологии : сборник статей участников V Международной научно-практической конференции, Москва, 10–11 ноября 2020 года. – Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова Издательский Дом (типография), 2020. – С. 457-462.

СОЦИОЛОГИЯ МЕДИЦИНЫ

DOI:10.24412/1994-3776-2024-3-145-151

УДК: 316.61/616.8-008.615.89-008

И.С. Сальников, С.А. Изосимова, В.Н. Пигуз

ДИАГНОСТИРОВАНИЕ И БЕЗМЕДИКАМЕНТОЗНАЯ САМОРЕГУЛЯЦИЯ ПСИХОЭМОЦИОНАЛЬНЫХ СОСТОЯНИЙ ЛИЧНОСТИ

I. Salnikov, S. Izosimova, V. Piguz. Diagnostic technologies and drug-free self-regulation of psychoemotional states of personality

Аннотация. В статье анализируется психоэмоциональное влияние экстремальных чрезвычайных ситуаций (в том числе стресса военного времени) и его последствия на психофизиологическое состояние личности. Рассматривается поэтапная структура психоэмоциональной реакции человека на пережитую экстремальную чрезвычайную ситуацию, а также составляющие части психоэмоциональной реакции личности на испытанный стресс военного времени. Анализируется понятие паники (панической атаки) и его последствий для психоэмоционального состояния личности. В качестве действующего психоэмоционального средства для облегчения процесса социальной адаптации людей, пострадавших от стресса военного времени, предложена апробация НИР «Разработка теоретических основ и компьютерных интеллектуальных технологий диагностирования и безмедикаментозной саморегуляции психоэмоциональных состояний личности», проводимая сотрудниками ФГБНУ «Институт проблем искусственного интеллекта» (г. Донецк) в текущем году.

Ключевые слова: психоэмоциональное состояние; стресс военного времени; паническая атака; экстремальная чрезвычайная ситуация; безмедикаментозная регуляция; социальная адаптация.

Abstract. The article analyzes the psycho-emotional impact of extreme emergency situations (including wartime stress) and its consequences on the psychophysiological state of the individual. The article considers the step-by-step structure of a person's psychoemotional reaction to an extreme emergency, as well as the components of a person's psychoemotional reaction to wartime stress. The concept of panic (panic attack) and its consequences for the psychoemotional state of a person is analyzed. As an effective psychoemotional tool to facilitate the process of social adaptation of people affected by wartime stress, the approbation of research "Development of theoretical foundations and computer intelligent technologies for diagnosing and drug-free self-regulation of psychoemotional states of personality", conducted by employees of the Federal State Budgetary Scientific Institution "Institute of Artificial Intelligence Problems" (Donetsk) this year, is proposed.

Keywords: psychoemotional state; wartime stress; panic attack; extreme emergency; drug-free regulation; social adaptation.

Сальников Иван Сергеевич - кандидат технических наук, заведующий отделом теоретических исследований в области искусственного интеллекта, ФГБНУ «Институт проблем искусственного интеллекта»

Изосимова Снежана Александровна - младший научный сотрудник, ФГБНУ «Институт проблем искусственного интеллекта»

Пигуз Валентина Николаевна - заведующий отделом компьютерно-информационных технологий, ФГБНУ «Институт проблем искусственного интеллекта»

I. Salnikov - Candidate of Technical Sciences, Head of the Department of Theoretical Research in the field of Artificial Intelligence, Institute of Artificial Intelligence Problems

S. Izosimova - Junior researcher at the Institute of Artificial Intelligence Problems

V. Piguz - Head of the Department of Computer and Information Technologies at the Institute of Artificial Intelligence Problems

© Сальников И.С., Изосимова С.А., Пигуз В.Н. 2024

Контактная информация: 83048, г. Донецк, ул. Артема, д. 118-б; тел.: +38 (062) 311-72-01; e-mail: izosimova.snezhana@mail.ru

Contact information: 118-b Artyom str., Donetsk, 83048; tel.: +38 (062) 311-72-01; e-mail: izosimova.snezhana@mail.ru

Современность характеризуется лавинообразным возрастанием количества экстремальных чрезвычайных ситуаций (далее ЭЧС). Само понятие ЭЧС на данный момент не обладает однозначным и емким определением. В психологическом плане человек является участником ЭЧС, либо как ее организатор, очевидец или пострадавший. Причем последние две составляющие в большинстве случаев пересекаются. Оказавшись в ЭЧС, люди в общем случае проходят ряд психологических эмоциональных состояний: 1 острый эмоциональный шок – характеризуется обострением восприятия, эмоциональной реакцией шока и отчаяния, сопровождающейся состоянием общего психического напряжения. 2 Психофизиологическая демобилизация – основной чертой которой является ухудшение физического и психоэмоционального состояния: преобладание чувства растерянности, усиление силы воздействия и периодичности панических реакций. Также может наблюдаться снижение уровня мотивации к деятельности и понижения моральных норм. 3 «Стадия разрешения» - постепенная нормализация самочувствия и настроения, однако эмоциональный фон и общие социальные контакты в это время понижены. 4 «Стадия восстановления» сопровождается активизацией межличностных контактов. При этом значительная роль принадлежит когнитивной и эмоциональной переработке ЭЧС, т.е. возможности человека оценить и вербально оформить собственные ощущения и переживания. Необходимо учитывать, что изменение (крушение в результате воздействия ЭЧС) жизненных стереотипов может стать причиной формирования стойких психогенных расстройств. В частности, способствует формированию и развитию ПТСР. На данный момент психология экстремальных ситуаций (далее ПЭС) представляет собой один из важнейших разделов прикладной психологии. Поэтому возможность и задача безмедикаментозной психологической диагностики и последующей коррекции психоэмоционального состояния личности приобретают особую остроту и актуальность.

В психологической литературе основное внимание уделяется возникновению и развитию ПТСР, а также различных негативных психоэмоциональных состояний, возникающих у человека в результате воздействия ПТСР: Черниговская Т.В. «Нейрофизиология в поисках смыслов» (2020); Черниговская Т.В., Аллахвердов В.М., Коротков А.Д., Гершкович В.А., Киреев М.В., Прокопья В.К. «Мозг человека и многозначность когнитивной информации: конвергентный подход»; Пойдашева А.Г., Бакулин И.С., Сеницын Д.О., Забирова А.Х., Супонева Н.А., Маслеников Н.В., Цукарзи Э.Э., Мосолов С.Н., Пирадов М.А. «Опыт применения стэнфордской нейромодулирующей терапии у пациентов с терапевтически резистентной депрессией»; Пойдашева А.Г., Сеницын Д.О., Бакулин И.С., Супонева Н.А., Пирадов М.А. «Структурные и функциональные биомаркеры эффекта навигационной ритмической транскраниальной магнитной стимуляции у пациентов с фармакорезистентной депрессией»; Фролова О.В., Клешнев Е.А., Григорьев А.С., Филатова Ю.О., Ляксо Е.Е. «Оценка эмоциональной сферы детей с типичным развитием и расстройствами аутистического спектра на основании междисциплинарного подхода». При нарастании данных синдромов может возникнуть угроза интеллектуально-мнестической деятельности человека. Последствиями пережитого стресса могут стать такие аддиктивные формы поведения, как наркомания, алкоголизм, суицидальные наклонности и т.п. [1-12].

Цель работы – разработка конкретных способов преодоления ПТСР (теоретических и практических рекомендаций) и его последствий у лиц, переживших ЧС, с последующей диагностикой, терапией и социальной адаптацией.

Методы и приемы: метод социального анализа данных; методология психоэмоциональных исследований: психотравма (ПТСР), психотерапевтические сеансы

(коллективного и индивидуального плана), в том числе использование дебрифинга и арт-терапии; психологический анализ мотивационной деятельности личности, перенесшей ПТСР. Также использованы методы системного анализа, тестирования и диагностики психофизиологического эмоционального состояния личности, построения человеко-машинных интерфейсов, разработки технологических моделей, онтологического моделирования, построения систем поддержки принятия решений, комплексы средств изучения психоэмоциональных состояний: методики, опросники, шкалы, алгоритмы преобразования входной информации, поступающей от диагностируемых, способы ее машинной обработки и представления результатов.

Описание структуры состояния хронического стресса личности в условиях военного времени и модели эмоционального реагирования личности в условиях хронического стресса военного времени. Следует обратить внимание на тот аспект, что если ранее, согласно статистическим данным Толе Хилко Хоппена и Нексхмедин Морины (2019), представленным в обзоре «Распространенность ПТСР и глубокой депрессии среди взрослого населения мира, пережившего войну: метааналитически обоснованная оценка в абсолютных цифрах», более 50% озабоченности специалистов вызывал факт следующих последствий ПТСР: наличие смертей, болезней и травм. Сегодня на первое место постепенно выходит озабоченность психосоциальным и психическим (душевым) состоянием людей, переживших ПТСР. Согласно данным Пергаменщика, после перенесенной психотравмы около 80% людей обладают нормальным уровнем стрессоустойчивости и способны вести полноценную ежедневную жизнь. Однако у 20%, переживших ПТСР, по прошествии определенного времени (в среднем, от 2 до 6 месяцев) наблюдаются проблемы в одной либо нескольких жизненных сферах: профессиональной, психосоциальной, психосоматической и т.п. Особого внимания заслуживает скорость и безотлагательность оказания психологической помощи. Чем быстрее будут предприняты необходимые для нормализации психоэмоционального состояния пострадавшего шаги, тем выше шансы, что последствия ПТСР будут минимальными, либо полностью устранятся. Кроме того, с пострадавшим необходимо общаться как с нормальным человеком, не как с пациентом. Невротическая патология не является психотравматической. Данный шаг поддерживает в человеке уверенность в том, что нормальное психоэмоциональное состояние скоро восстановится.

Одной из наиболее часто встречающихся психических реакций на возникновение угрозы для жизни является состояние паники, сопровождающееся паническими атаками. Паника представляет собой «...временное переживание гипертрофированного страха, обуславливающие неуправляемое, нерегулируемое поведение людей, иногда с полной потерей самообладания...» [8]. Общая классификация панической реакции по масштабам охвата и выраженности внешних реакций включает в себя следующие разновидности: индивидуальная – представляет личностную паническую реакцию одного отдельного индивида. Групповая может включать от 2-3 до нескольких десятков, а то и сотен людей. Массовая паника может охватывать большое количество людей, находящихся в замкнутом пространстве. При этом точное значение количества людей особой роли не играет. Глубина охвата панической реакцией представлена в следующих группах: легкая паника возникает при внезапном сигнале (например, сирены), вспышке света. Ее причиной в ежедневной мирной жизни может стать задержка транспорта, либо спешка. Для проведения военных операций наиболее характерна паника средней глубины. При этом наблюдается в значительной степени деформация сознания, возрастанием чувства страха, снижением критичности. Для полной паники характерно аффективное полное отключение сознания и состояние невменяемости, характеризующееся полной потерей контроля сознания над своим поведением. Одним из наиболее действенных методов экстренной психологической помощи для купирования негативных последствий панических реакций является психологический дебрифинг. Однако проводить его лучше не ранее и не более, чем за 48

часов после ЧС. Однако, от последствий панических расстройств (атак) (далее ПР, ПА) сегодня страдают люди разных возрастных, этнических, половых категорий. Российское общество психиатров выделяет 3 стадии течения ПР:

1. Клиническая картина ПА представлена за счет проявления приступов агорафобии (боязни открытого пространства и удаления от привычной среды существования) и преходящих ипохондрических фобий (навязчивый страх за свое здоровье), не носящих острого и ярко выраженного характера.

2. К агорафобии присоединяется выраженная фобофобия (боязнь возникновения страхов и фобий, что чаще всего встречается у людей, переживших травмирующий опыт в прошлом). В клинической картине протекания тревожности на первое место выходит агорафобия. Т.е. больной стремится избегать проявления ситуаций, способных вызвать приступ ПА, таким образом организовывая для себя «щадящий психоэмоциональный режим».

3. Агорафобия отодвигается на задний план, а на первом месте проявляются ПА ипохондрических фобий: инсульто-, кардио-, танатофобия, лидирующие в клинической картине на протяжении не только месяцев, но и нескольких лет.

Степени тяжести ПА выделяются в зависимости от частоты возникновения приступов: умеренная степень – в среднем 4 ПА на протяжении временного периода – 4 недели; тяжелая степень – не менее 4 приступов ПА в неделю под врачебным наблюдением и контролем.

Поэтому представители когнитивно-поведенческой терапии (далее КПТ) постоянно совершенствуют техники профилактики этого явления. На данный момент особой популярностью пользуются следующие: «Дневник памяти» - письменная фиксация, с учетом временного промежутка приступа ПА с последующим детальным разбором. Таким образом человек формирует метапозицию по отношению к ПА под наблюдением психотерапевта. Он учится путем саморегуляции и самонаблюдения понимать, какие именно страхи и «щадящее поведение» приводят к приступам. «Интероцептивная экспозиция — это индукция физических симптомов, вызывающих страх» [7]. В результате использования данной техники человек осознает возможности саморегуляции, безопасности и конечности приступов ПА. Данные техники КПТ помогают справиться с синдромами ПА как военнослужащим, так и мирным, попавшим в зону военного конфликта.

Психоэмоциональный аспект ресурсов организма. Итак, для решения внезапно возникшей стрессовой (экстраординарной, критической, экстремальной) ситуации человеку необходимо задействовать весь свой потенциал. Условия возникновения стресса и характер его проявления различны у каждого отдельного человека. Сама концепция стресса остается неопределенной до сих пор, несмотря на превалирующие количество работ исследователей по данной теме. Основной особенностью реакции человека на стресс, согласно мнению Р.С. Лазаруса, является противодействие его зарождению, а также стремление преодолеть его неблагоприятные последствия. Поэтому и способы его преодоления у каждого индивидуума свои. Получается, что для определения особенностей проявления стресса, а также способов и возможностей его преодоления в определенном конкретном случае, главную роль играют следующие факторы: возраст, характер профессиональной и личностной деятельности, а также социально-экономические условия его существования. Также существуют определения общих понятий, используемых личностью для преодоления стрессовых ситуаций. На данный момент наиболее часто используемым термином для обозначения сопротивляемости организма человека стрессовым ситуациям является термин «ресурсы».

Ресурсы – индивидуальные особенности организма человека, позволяющие эффективно преодолевать вызовы окружающей среды. Различают две группы ресурсов: специфические – направленные на преодоление определенного класса стрессовых ситуаций (например, в профессиональной деятельности); универсальные – позволяют преодолевать различные классы жизненных кризисных ситуаций [9]. Согласно мнению Д.А. Леонтьева в ресурсах

выделяется по крайней мере три класса: физиологические ресурсы: тип ЦНС, общее состояние здоровья человека; психологические – индивидуальные особенности характера, темперамента, психических процессов и т.п.; социальные – суть которых находится во взаимодействии с окружающими людьми (например, меры социальной поддержки).

Важнейшим психоэмоциональным (энергетическим) ресурсом человеческой личности принято считать активность (В.Д. Небылицын). Именно активность является ядром и побудительной силой мотивационного статуса человека, а также «эмоционально-динамическим паттерном индивида, уходящим корнями в тип высшей нервной деятельности и базирующемся на физиологических ресурсах» [9]. Психическая устойчивость индивидуума базируется на целеустремленности и самоорганизованности, которые позволяют успешно справляться с требованиями окружающей среды. То есть значительную роль при этом играет «личностный адаптационный потенциал» - продуктивное прохождение индивидуумом процесса приспособления к изменяющимся требованиям окружающей среды. Что, в свою очередь, повышает степень стрессоустойчивости и самоорганизованности.

Также не следует забывать о весомой роли в плане противодействия негативным последствиям развития ПТСР социальных (копинг) ресурсов в антистрессовой терапии. Слабое развитие данной сферы ведет не только к общему снижению качества жизни, но и социальной изоляции в целом. Процесс социальной поддержки обладает тремя составляющими: копинг-стратегией (поиском социальной поддержки), субъективным (личностным) восприятием соц. поддержки, социальными сетями. Что в плане поддержки военнослужащего приобретает особо важное и актуальное значение. Согласно концепции М. Лацаруса, существует три разновидности социальной поддержки: эмоциональная, материальная, информационная [10]. Поэтому для эффективного преодоления стрессовой (чрезвычайной) ситуации необходимо взаимодействие всех трех групп ресурсов: «физиологической, психологической и социальной» [11]. Что, в свою очередь, является причиной полноценного (здорового) функционирования организма в целом. Однако, отдельного внимания требуют различные проявления эмоциональных и психофизиологических реакций человеческого организма на воздействие раздражителей окружающей среды.

Разработка теоретических основ и компьютерных интеллектуальных технологий диагностирования и безмедикаментозной саморегуляции психоэмоциональных состояний личности. Данная проблематика является основой текущей НИР «Разработка теоретических основ и компьютерных интеллектуальных технологий диагностирования и безмедикаментозной саморегуляции психоэмоциональных состояний личности», проводимой в ФГБНУ «Институт проблем искусственного интеллекта». Новизна научной работы заключается в поэтапном инновационном исследовании эффективного использования методов и средств психологической диагностики, исследовании эффективного использования безмедикаментозных методов и средств интеллектуально-духовной терапии и прагматических особенностей искусственного эмоционального интеллекта для целей саморегуляции психоэмоциональных состояний личности, состоящем из теоретической (тесты, опросники) и практической (программы, пользовательская компьютерная система для отображения тестового, сопровождающего звукового материала, анализа и хранения полученной в результате мониторинга информации о каждом конкретном тестируемом).

Можно утверждать, что проблема исследования эффективного использования безмедикаментозных методов и средств интеллектуально-духовной терапии для саморегуляции психоэмоциональных состояний личности до сих пор остается актуальной и востребованной и предусматривает создание множества новых подходов к решению как индивидуальных требований, так и общих технических условий и регламентов.

Теоретический анализ научной литературы, эмпирические (опытные) факты пилотажных исследований, результаты анкетирования молодежи показали, что наибольшие эмоциональные реакции вызывают и осуществляют эффективное влияние на личность группы звуковых и цветовых эмоциогенных средств. Не исключается возможность использования других средств и способов регуляции.

Общетеоретической основой предлагаемого проекта исследований и разработки являются идеи русских ученых В.М. Бехтерева, И.М. Сеченова, И.П. Павлова, П.К. Анохина и их многочисленных последователей и продолжателей как в России, так и в других зарубежных странах.

Основной целью фундаментального исследования психофизиологических и психоэмоциональных состояний личности является поиск возможностей выявления и автоматического контроля показателей и параметров психического здоровья человека как статуса с использованием современных компьютерных технологий с дальнейшей перспективой развития возможностей их регуляции и саморегуляции. Выяснить, как возникают эмоции и как они влияют на деятельность человека в процессах принятия им решений, формируют его внутренний мир как личности, установить возможность вербальной терапии и саморегуляции в области нормализации психоэмоциональных состояний личности при творческих процессах.

Выводы. Для оперативного улучшения системы диагностики и саморегуляции психоэмоциональных состояний личности необходимо разработать и апробировать компьютерную систему для диагностики и самодиагностики психоэмоционального состояния личности с последующей безмедикаментозной компьютерной коррекцией методами арт-терапии (библиотерапии в том числе).

Конечной целью является исследование эффективного использования безмедикаментозных методов и средств интеллектуально-духовной терапии и прагматических особенностей искусственного эмоционального интеллекта для целей саморегуляции психоэмоциональных состояний личности. А также разработка компьютерного научно обоснованного оптимального комплекса безмедикаментозных интеллектуально-духовных средств и методов речевого характера для эффективного саморегулирования психоэмоциональных состояний человека с целью быстрого восстановления нормального статуса психологического здоровья личности.

Результаты исследования позволят исключить бумажные технологии тестирования и обработки его результатов, использовать немедикаментозные средства коррекции психоэмоциональных состояний человека. Таким образом в значительной мере минимизировать временные и материальные затраты в данной области, а также способствует широкому применению информационных компьютерных технологий как в коллективном (предприятия, учреждения и т.п.), так и в индивидуальном (использование в домашних условиях) планах.

Литература

1. Асмолов А. Г. Психология личности : учебник. М.: Изд-во МГУ, 2007. – 367 с.
2. Кэрл Х. Британия и Балканы: с 1991 по настоящее время. Рутледж / Ходж Кэрл. 2006.
3. Васильева, О. В. ПТСР и военные действия [Электронный ресурс] / О. В. Васильева. – URL: https://www.b17.ru/article/ptcr_сресорегасиа/ (дата обращения: 12.03.2024).
4. Лацарус, М. Психология народов [Электронный ресурс] / М. Лацарус, Х. Штейнталь, В. Вундт. – URL: <https://lektsii.org/13-12688.html> (дата обращения: 12.03.2024 г.).
5. Лях Т. И. Психология : учебное пособие / Т. И. Лях, М. В. Лях. – Тульский государственный университет им. Л.Н. Толстого, 2019. – 161 с.
6. Невенчаный С. Психологические состояния военнослужащих в условиях ведения боевых действий. Пути формирования моральной готовности и психологической способности военнослужащих к боевым действиям [Электронный ресурс] / С. Невенчаный, С. Чергинец // Армейский сборник (журнал Министерства обороны Российской Федерации). – Режим доступа: <https://army.ric.mil.ru/Stati/item/259955/> (дата обращения: 06.03.2024).

7. Психологическая готовность к экстремальным ситуациям [Электронный ресурс] // Психология кризисных и экстремальных ситуаций: [учебник] / Под ред. Н. С. Хрусталёвой. – СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2018. – 748 с. – URL: https://psyera.ru/psihologicheskaya-gotovnost-k-ekstremalnym-situaciyam_15616.htm (дата посещения: 07.03.2024 г.)

8. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. СПб.: Издательство «Питер», 2000. – 712 с.

9. Сальников И. С. Анализ средств и способов регуляции и терапии психоэмоциональных состояний человека / И. С. Сальников, С. А. Изосимова, В. Н. Пигуз // Международный рецензируемый научно-теоретический журнал «Проблемы искусственного интеллекта». 2022. № 3 (26). – С. 51–64.

10. Симонов П. В. Эмоциональный мозг / П. В. Симонов. Москва: Институт высшей нервной деятельности и нейрофизиологии, Издательство «Наука», 1981. – 361 с.

11. Смысл жизни и стресс без дистресса. Теория Ганса Селье (1907-1982) [Электронный ресурс]. – URL: <https://psyfactor.org/lib/selye-stress-distress-2.htm> (дата обращения: 04.03.2024)

12. Шевцов А.М. Психологическая практика посттравматического стрессового расстройства у лиц, проходящих службу в зоне локальных военных конфликтов : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата психологических наук : специальность 19.00.13 – психология развития, акмеология / Алексей Маркович Шевцов. Казань, 2003. – 25 с.

DOI: 10.24412/1994-3776-2024-3-151-156

УДК: 316.4

Ю.М. Коблякова

ПРИМЕНЕНИЕ ПОКОЛЕНЧЕСКОГО ПОДХОДА В СОЦИАЛЬНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ С МЕДИЦИНСКИМИ КАДРАМИ

Y. Koblyakova. Application of generational theory in social- professional interaction with medical personnel

Аннотация. В статье раскрывается значимость теории поколений и исследуется возможность ее применения в процессе работы с реальными и потенциальными сотрудниками медицинских организаций во время поиска работников, трудоустройства, адаптации на рабочем месте, в период выполнения профессиональных обязанностей. В настоящее время фиксируется рост среднего возраста медицинских работников в России, а также сокращение числа молодых специалистов, что подтверждает необходимость учета особенностей ценностно-смысловых ориентаций, социальных установок и других характеристик современного поколения для построения качественного взаимодействия с ними. Отмечается актуализация учета не только профессиональных и надпрофессиональных компетенций кандидата при трудоустройстве, но также и соответствие личности потенциального

Abstract. The article reveals the importance of the theory of generations and examines the possibility of its application in the process of working with actual and potential employees of medical organizations during the search for employees, employment, adaptation in the workplace, during the performance of professional duties. Currently, an increase in the average age of medical workers in Russia is recorded, as well as a decrease in the number of young specialists, which confirms the need to take into account the features of value-semantic orientations, social attitudes and other characteristics of the modern generation to build high-quality interaction with them. The actualization of taking into account not only the professional competencies and soft skills of the candidate during employment is noted, but also the correspondence of the personality of the potential employee to the corporate culture of the organization

Коблякова Юлия Михайловна – ассистент кафедры социологии и управления персоналом Санкт-Петербургского государственного экономического университета

Y. Koblyakova - Assistant of the Department of Sociology and Human Resource Management, Saint-Petersburg State Economic University

© Коблякова Ю.М., 2024

сотрудника корпоративной культуре организации и, кроме того, важность оценки поколенческих характеристик личности.

Ключевые слова: теория поколений, поколенческий подход, медицинские кадры, медицинские работники, возрастной состав медицинских работников, кадровая политика в медицине, корпоративная культура.

Контактные данные: 193023, Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д.30/32;
e-mail: koblyakova1@yandex.ru

and the importance of assessing the generational characteristics of the individual.

Keywords: theory of generations, generational approach, medical personnel, medical workers, age composition of medical workers, personnel policy in medicine, corporate culture.

Contact information: 30/32 Griboedov Canal Emb., Saint-Petersburg, 193023;
e-mail: koblyakova1@yandex.ru

В концепции стратегического развития нашей страны важным для реализации направлением является решение социально-экономической проблемы формирования качественного трудового потенциала населения, который, в свою очередь, во многом зависит от ценностных ориентиров, потребностей, смысловых ориентаций, интересов и др. [3, с. 150-151]. Формирование кадрового потенциала, трудового потенциала, управление кадрами в рамках организации осуществляется в том числе благодаря формированию и совершенствованию сильной корпоративной культуры.

Корпоративной культуре как потенциальному фактору роста и развития успешной современной организации в условиях развивающейся рыночной экономики уделяется значительное внимание [1]. В настоящее время такие атрибуты как корпоративная этика, мероприятия внутри компании, корпоративная форма, символика, сувенирная продукция и многое другое являются примерами реализации корпоративной культуры различных организаций и предприятий. Современные организации учитывают актуальные тренды и тенденции в развитии цифровых и онлайн-технологий, маркетинга и PR, а также особенности массовой культуры и изменения в культурных ценностях, ценностно-смысловых ориентациях и социальных установках целевой аудитории. Так, поколенческий подход или теория поколений выходит за рамки предмета исследования ученых и специалистов-теоретиков, становится инструментом практического применения в деятельности организаций и предприятий, в том числе в процессах взаимодействия с сотрудниками организаций, формирования трудового потенциала организации, формирования и развития корпоративной культуры организации.

В условиях распространенной во всем мире тенденции к гуманизации сферы труда, перехода к личностно-ориентированному управлению, в том числе управлению кадрами, у организаций и предприятий, в отношении не только потребителей товаров и услуг, производимых или предоставляемых организацией, но и в отношении сотрудников (потенциальных и реальных) актуализируется необходимость учета культурно-исторических, социальных и других особенностей этих социальных групп. Среди прочего, в настоящее время многие работодатели вынуждены учитывать поколенческие характеристики работников разных возрастных групп.

Авторами поколенческого подхода или теории поколений принято считать В. Штрауса и Н. Хоува [6; 7; 8]. Данная теория была разработана в рамках междисциплинарного подхода, т.е. на стыке ряда наук – исторических, экономических, социологических и психологических. Исследователи выявили, что люди, родившиеся в определенные временные интервалы, имеют схожие совокупности ценностей, ценностных установок и жизненных приоритетов, а также схожий тип мышления и адаптации, в частности, в процессе получения образования, выбора и освоения профессии, выбора рабочего места и построения карьеры. Эти различия обусловлены особенностями общественной среды, сложившейся в определенный временной период.

Согласно теории Штрауса и Хоува, социально-историческое развитие в рамках поколенческого подхода происходит циклично, со сменой циклов, приблизительно

соответствующих продолжительности человеческой жизни. В рамках данной теории поколений одной из центральных идей является последовательная смена, чередование противопоставляемых друг другу периодов – периода кризиса и периода подъема [5, с. 291].

Кризисные периоды в теории Хоува и Штрауса связаны с масштабными общественными потрясениями и крупными угрозами, которые способствуют трансформации социальных институтов, изменению общественного поведения и прочим изменениям в большинстве сфер общественной жизни. В такие периоды в обществе наблюдаются тенденции к консолидации, самопожертвованию, стремлению к общему благополучию, соблюдению институционального порядка. В периоды подъема в обществе происходит обновление в культурном, духовном и религиозном контексте, фиксируются преобразования в ценностях и социальных установках на уровне общества и в индивидуальном поведении людей (формирование новых идеалов и духовных парадигм). Кроме того, в фазе подъема преобладает склонность людей к индивидуализму, несоблюдению сложившегося институционального порядка.

В соответствии с теорией поколений в рамках циклической смены периодов кризиса и подъема принято выделять следующие последовательно сменяющиеся друг друга поколения – молчаливое поколение, поколение бэби-бумеров, поколение X, поколение Y, поколение Z и поколение Альфа (рис. 1).

Цикличность смены поколений в соответствии с чередующимися этапами кризисов и подъемов обеспечивает возможность выявления тенденций и закономерностей в социальных установках и сформированных ценностных ориентациях различных поколений, жизнь которых приходится на схожие периоды фаз циклов – кризисов и подъемов.

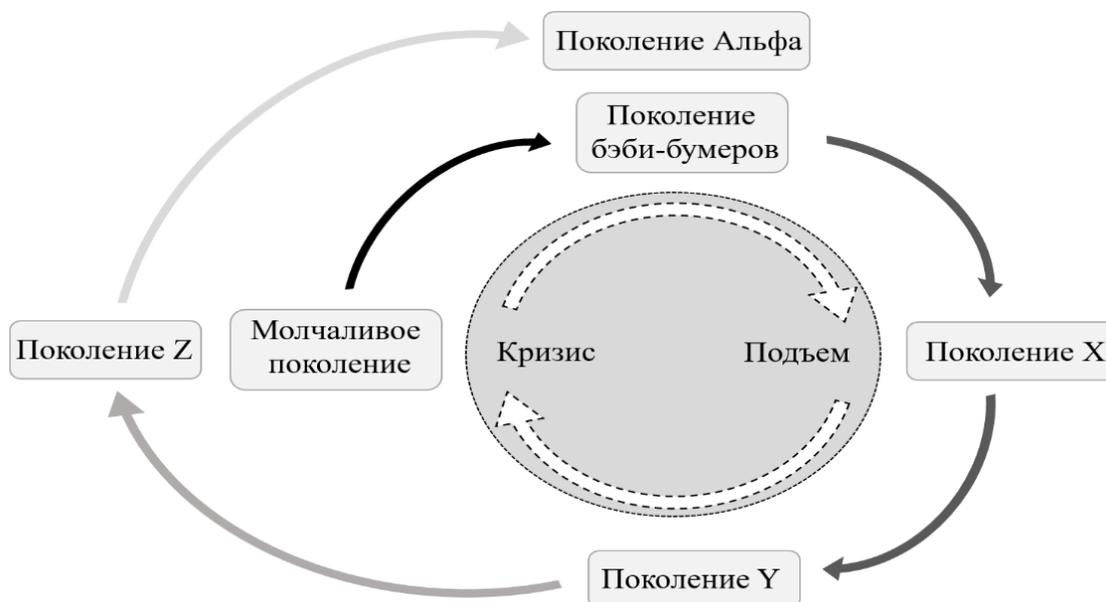


Рисунок 1. Смена поколений с позиции циклов «кризис-подъем» (составлено автором на основе [3], [5], [7], [8])

Схожие ценностно-смысловые ориентации личности реальных и потенциальных сотрудников организации с учетом поколенческого подхода способны позволить работодателям более точно осуществить отбор кандидатов на конкретную должность, выявить соответствие либо несоответствие потенциального работника корпоративной культуре организации, а также реализовать более гибкий подход к адаптации и мотивации работников.

Вне зависимости от общей нормативно-правовой базы осуществления медицинской деятельности различными организациями, медицинские услуги населению предоставляют

отличающиеся по размеру, форме собственности, специфике и специализации организации. Возможности поколенческого подхода при отборе персонала, в процессе формирования корпоративной культуры медицинской организации могут быть использованы медицинскими организациями с различными миссиями, специализацией и спецификой для формирования своей идентичности и выбора наиболее соответствующего ценностям организации штата персонала. Все это в дальнейшем обеспечивает благоприятный прогноз для развития организации, достижения ее стратегических целей и для повышения социальной эффективности.

В привычной практике процесса взаимодействия с потенциальными сотрудниками организации, как правило, представители организации учитывают группы профессиональных, а также надпрофессиональных навыков претендентов на конкретную должность. Причем учет надпрофессиональных навыков (soft skills), их возрастающая роль в процессе принятия решений относительно потенциальных работников характерны для современного рынка труда, в отличие от предыдущих его стадий развития, где предпочтение отдавалось преимущественно профессиональным компетенциям и навыкам, необходимым для выполнения конкретных должностных обязанностей и рабочих задач сотрудником.

В настоящее время распределение численности занятых в здравоохранении по возрастным группам в России согласно сборникам «Здравоохранение в России» за 2019, 2021 и 2023 гг. [4] отражено на Рис. 2. и является достаточно устойчивым для периода 2017-2022 гг.

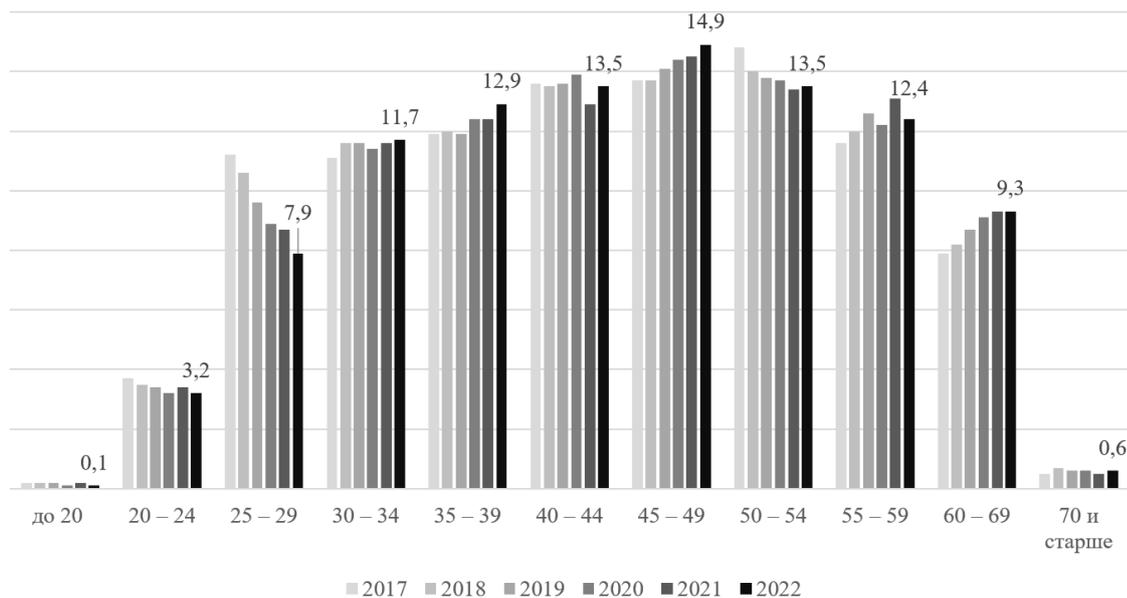


Рисунок 2. Возрастная структура медицинских кадров в России в 2017-2022 гг., в % (составлено автором на основе [4])

Группы медицинских работников, численность которых стабильно увеличивается за рассматриваемый период соответствуют возрастным интервалам «30-34», «35-39», «45-49», «60-69». В то же время ежегодно сокращается число молодых медицинских работников в возрасте 20-29 лет. Средний возраст медицинского работника ежегодно возрастает и в 2022 году составляет 44,4 года [4]. Согласно исследованиям, в части субъектов России наблюдаются тенденции снижения доли молодых специалистов с одновременным увеличением доли врачей старше 56 лет [2]. Все это актуализирует потребность со стороны сферы здравоохранения в обновлении состава медицинских кадров, привлечении молодых специалистов, выпускников медицинских ВУЗов и средних учебных заведений.

Для реализации мер по успешному привлечению молодых специалистов к работе в медицинских организациях необходимо еще на этапе подготовки к взаимодействию с потенциальными работниками учитывать их личностные и поколенческие особенности.

Для учета поколенческих особенностей сотрудников медицинских организаций в качестве системы оценки как потенциальных сотрудников организации при трудоустройстве, так и реальных сотрудников медицинской организации в целях адаптации и развития профессионального потенциала предлагается использовать совокупность трех групп характеристик, необходимых для осуществления профессиональной деятельности. На Рис. 3 представлена предложенная система трех групп характеристик соответствия потенциального сотрудника работе в конкретной медицинской организации, отражающих три группы соответствия кандидата конкретной вакансии: соответствие должности потенциального сотрудника медицинской организации; соответствие корпоративной культуре организации; соответствие поколенческих характеристик целям и ценностям организации.

Учитывая в процессе работы с потенциальными и реальными сотрудниками поколенческие характеристики личности, медицинские организации открывают перед собой возможность более тщательного и точечного отбора кандидатов на конкретные должности с учетом корпоративной культуры и уровня соответствия характеристик поколения характеристикам самой организации-работодателя.



Рисунок 3. Система характеристик соответствия потенциального сотрудника работе в конкретной медицинской организации (составлено автором)

Таким образом, предложенная В. Штраусом и Н. Хоувом и впоследствии развитая в работах других ученых-теоретиков и практиков теория поколений существенно повлияла на тенденции в развитии социологии, психологии, а также маркетинга, и получила широкое практическое применение в рамках ряда научных исследований. Исходные посыпки поколенческого подхода, смена этапов кризиса и подъема, заложенных в его основу, позволили выявить характеристики, специфические для конкретных поколений, такие как ценности, жизненные приоритеты и ориентиры, социальные установки, образ жизни и т.д. Все эти поколенческие особенности могут быть применены в процессе работы с реальными и потенциальными сотрудниками медицинских организаций для создания высококвалифицированного и сплоченного коллектива, объединенного общими ценностями

и схожим образом жизни, для решения актуальных задач, которые стоят перед медицинскими организациями в настоящее время.

Литература

1. Бабаева А.В. Роль корпоративной культуры в современном обществе // Научно-исследовательские публикации. – 2014. – № 4(8). – С. 72-76.
2. Возрастной состав врачей в Российской Федерации (2015-2020 гг.) / Меньшикова Л.И., Пелецкая К.Н., Огрызко Е.В., Флеглер Н.А. // Современные проблемы здравоохранения и медицинской статистики. – 2022 г. – № 4. – С. 507-523.
3. Гурова И. М., Евдокимова С. Ш. Теория поколений как инструмент анализа, формирования и развития трудового потенциала // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). – 2016. – Т. 7. – № 3. – С. 150–159.
4. Здравоохранение в России // Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13218> (дата обращения: 03.08.2024).
5. Исаева М. А. Поколения кризиса и подъема в теории В. Штрауса и Н. Хоува // Знание. Понимание. Умение. – 2011. – № 3. – С. 290-295.
6. Ожиганова Е. М. Теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Возможности практического применения // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2015. – № 1. – С. 94-97.
7. Strauss W., Howe, N. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. – 1991. – 538 p.
8. Strauss W., Howe, N. The Fourth Turning: An American Prophecy. – 1997. – 400 p.

ЧЕЛОВЕКООРИЕНТИРОВАННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ И ОРГАНИЗАЦИЯМИ (МАТЕРИАЛЫ НАУЧНОЙ СЕССИИ АСПИРАНТОВ)

DOI: 10.24412/1994-3776-2024-3-156-163

УДК: 331.108.2

А.О. Попов

ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЦЕССЕ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА В ИТ-КОМПАНИЮ

A. Popov. Application of social technologies in the staffing process

Аннотация. Области применения социальных технологий в управлении персоналом крайне разнообразны, но наиболее важной функцией, где следуют их применять, является подбор персонала. В статье будут рассмотрены методы и приемы социальных технологий, которые применяются в процессе подбора и отбора персонала в крупную ИТ-компанию, насколько эти методы могут быть эффективны и как эту эффективность можно измерить в количественном выражении.

Abstract. The areas of application of social technologies in personnel management are extremely diverse, but the most important function where they should be applied is personnel selection. The article will consider the methods and techniques of social technologies that are used in the process of recruiting and selecting personnel in a large IT company, how effective these methods can be and how this effectiveness can be measured in quantitative terms.

Попов Арсений Олегович - аспирант кафедры социологии и управления персоналом Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

A. Popov - postgraduate student of the Department of Sociology and Personnel Management, St. Petersburg State University of Economics.

© Попов А.О., 2024

Ключевые слова: социология, управление персоналом, социальные технологии, коммуникация, подбор персонала.

Контактная информация: 193023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д.21; тел.: +7 (931) 980-10-85; e-mail: popov98-13@mail.ru

Keywords: sociology, human resource management, social technologies, communication, personnel selection.

Contact information: 21 Sadovaya st., Saint-Petersburg, 193023; tel.: +7 (931) 980-10-85; e-mail: popov98-13@mail.ru

Социальная технология – это совокупность приемов, методов и воздействий, которые применяются в процессе межличностного взаимодействия и позволяют добиваться результатов при решении разного рода задач, связанных с необходимостью обеспечения эффективного взаимодействия между людьми.

Области применения социальных технологий в компании безграничны, а важность предельна понятна. Управление персоналом – одно из наиболее важных направлений, где следует применять социальные технологии. В частности, к функциям, где применяются социальные технологии, стоит отнести: адаптация персонала, обучение персонала, подбор персонала, оценка персонала и другие. Рассмотрим поподробнее как социальные технологии могут быть эффективны в процессе подбора персонала в крупную ИТ-компанию и с какой целью они применяются в процессе отбора кандидатов на вакантные должности.

Таким образом, цель исследования - изучить применение социальных технологий в процессе подбора и отбора кандидатов в коммерческой организации. Объект исследования – соискатели, претендующие на вакантные должности ИТ-специалистов в компании ООО «ВК». Предмет исследования – применение социальных технологий в найме персонала.

В качестве практической проблемы рассматривается улучшение процессов найма высококвалифицированных ИТ-специалистов и их отбор в соответствии с заданными требованиями.

В качестве научной проблемы, отсутствие структурированных данных и нехватка теоретических и практических знаний в применении социальных технологий.

На наш взгляд, применение социальных технологий позволяет менеджерами по подбору персонала и нанимающим руководителям более комплексно оценить навыки, знания и умения кандидатов, их мотивацию к трудовой деятельности и потенциальную лояльность к компании.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнение следующих задач:

1. Оценить необходимость применения социальных технологий в процессе подбора персонала.
2. Определить наиболее значимые этапы собеседований и методы социальных технологий на каждом этапе.
3. Предложить показатели, по которым можно отследить эффективность социальных технологий в процессе подбора персонала.
4. Проанализировать результаты исследования и сделать выводы о проделанной работе.

В качестве методов исследования используются контент-анализ профессиональной литературы в области управления карьерой, социальных технологий, мотивации сотрудников, а также методы включенного наблюдения.

В качестве обоснования важности применения социальных технологий в процессе подбора и отбора персонала обратимся к материалам, опубликованным службой исследований крупнейшей российской платформы онлайн-рекрутинга hh.ru, которая выяснила, какое место занимает в жизни работа, довольны ли соискатели своей работой, а также что может повлиять на решение о смене работы[1]. Опрос проводился с 21 февраля по 02 марта 2024 года среди 2326 российских соискателей.

Почти у каждый третьего респондента (30%) работа занимает самое важное место и отнимает большую часть времени, каждый пятый ставит семью выше, чем работу, еще 13%

считает, что личное развитие важнее, чем работа. При этом лишь 11% считает свою работу идеальной.

Основная часть работающих респондентов планируют поменять работу в 2024 году. 2 из 3 хотят сменить работу, т.к. не устраивает заработная плата, 55% не хватает роста и развития, каждому третьему скучно с текущими задачами, 30% не хватает ощущения значимости на рабочем месте, 26% хотят сменить отрасль или сферу, каждому четвертому не хватает понимающего и лояльного руководства, 19% не устраивает должность, 17% не хватает дружелюбной атмосферы и коллег.

Среди тех, кто работает и хочет сменить сферу или тех, кто не работает, каждый третий хочет сменить сферу деятельности. 39% хотят перейти в ИТ, 17% в искусство, 15% наука образования, а также маркетинг, 13% - транспорт, логистика. При этом 2 из 3 готовы к понижению в должности ради смены сферы.

В целом, по мнению соискателей, сфера ИТ – самая перспективная, востребованная и стабильная сфера в 2024 году, 24% выделили строительство, 21% - медицину, 19% - маркетинг, 18% - транспорт, логистика. Ради лучших условий в работе 79% респондентов готовы углубиться в новую сферу и обучиться новой профессии, 53% - стать руководителем или повысить свою должность, 31% - изучить новые языки или переехать в другую страну, 19% - поменять оклад на возможность регулярно получать бонусы.

Говоря о факторах перехода к другому работодателю, 3 из 4 выделили повышение зарплаты, каждый третий – интересные задачи, 31% - возможность удаленной работы, 29% - повышение в должности, 26% - перспективные проекты. График работы (50%), заработная плата (49%), комфортные условия труда (48%), стабильность компании (45%), хорошее начальство (44%) – основные ценности для соискателей.

Как правило процесс подбора ИТ-специалистов в крупной технологичной компании состоит из нескольких этапов (от 3 до 5), рассмотрим их поподробнее на примере компании ООО «ВК»:

1. HR-интервью – этап, где рекрутер знакомится с кандидатом, рассказывает о существующих вакансиях и уточняет про опыт кандидата, его мотивацию и причины поиска новой работы.

2. Технический скрининг – этап, где один из технических специалистов команды задает кандидату заготовленный пул закрытых вопросов, на которые уже есть некие ожидаемые ответы. Цель этапа – оценить базовые навыки кандидата и принять решение о приглашении на углубленную техническую секцию.

3. Техническое интервью – этап, где присутствует двое технических специалистов, которые в режиме реального времени решают с кандидатом заготовленные задачи по программированию.

4. Финальное интервью – этап, где присутствует нанимающий менеджер, который знакомится с кандидатом, презентует ему задачи команды и оценивает совокупный уровень компетенций кандидата для выполнения этих задач.

На каждом из этапов кандидата сопровождает рекрутер и первый этап – один из самых важных, поскольку именно рекрутер принимает решение о том рассматривать ли кандидата дальше и насколько целесообразно пригласить его на следующий этап. Именно на первом этапе отбора необходимо применять методы социальных технологий. Рекрутер должен:

1. Презентовать компанию, а именно: проговорить чем компания занимается; какие направления в деятельности компании сейчас наиболее важны; почему компания хочет двигаться в том или ином направлении бизнеса; какое место в компании занимает продукт/проект/команда/департамент, куда приглашают кандидата; какие основные задачи этой команды и чем предстоит заниматься кандидату.

2. Дать возможность кандидату задать вопросы рекрутеру.

3. Уточнить опыт кандидата: обсудить проекты, в которых принимал участие кандидат; его роль на этих проектах и его основные должностные обязанности; достижения, которых удалось достичь;

4. Качественно проработать мотивацию кандидата, понять почему он хочет сменить работы, что его не устраивает у текущего работодателя, что бы хотел изменить в работе[3]. Для этого можно использовать следующие вопросы:

— Насколько тебе понятны наши цели и задачи? Что звучит как вызов? Каких задач тебе не хватает? Есть ли что-то в нашем предложении/задачах/компании, что вызывает у тебя опасения?

— В резюме у тебя указан желаемый уровень компенсации в размере X руб., я правильно понимаю, что ты готов на нее ориентироваться? Если ответ «нет»: что повлияло?

— Сориентируй, ведешь ли ты переговоры с другими компаниями? На каких этапах? Есть ли у тебя другие предложения? От каких и на какую сумму? Можешь поделиться информацией относительно условий и социального пакета?

— Как ты будешь принимать решение? На что будешь обращать внимание?

— В какие сроки ты планируешь принять решение? Говорил ли ты с текущим руководителем?

— Как ты думаешь могут ли тебе сделать контр-оффер/удержать в текущей компании? Чем?

— Есть ли что-то, что мы забыли обсудить?

5. Рассказать кандидату об этапах собеседований и дальнейших шагах, сориентировать по срокам получения обратной связи.

Описанный выше процесс и элементы интервью позволяют рекрутеру получить подробную информацию о кандидате и принять решение о том, насколько целесообразно рассматривать кандидата на следующих этапах собеседований. Предложенные приемы социальных технологий позволяют в полной мере получить портрет кандидата, оценить его культурную совместимость с ценностями компании и подготовиться к формированию оффера и его презентации.

Эффективность применения социальных технологий в процессе отбора кандидатов может быть продемонстрирована в количественном выражении[2]. В качестве показателей мы выделим: 1) % отказа от офферов; 2) % новых сотрудников, кто проработал в компании более 6 месяцев.

Показатель 1. Процент отказа от офферов определяется следующим образом: количество кандидатов, отказавших от оффера делится на количество сделанных офферов и умножается на 100%. Рассмотрим на примере компании ООО «ВК». С 01.01.2024 по 30.06.2024 менеджеры по подбору персонала сделали кандидатам 2 305 офферов, из которых только 1954 были приняты. Уровень показателя отказа от офферов находится в диапазоне 18-19%, при плановом показателе в 12%. В качестве причин отказа от офферов выделяют:

1. удержали: предложения улучшенные условия или другую роль/проект;
2. не понравились задачи/функционал;
3. не устроил уровень компенсации.

Озвученные причины отказа от офферов прямо коррелируют с теми аспектами, которые менеджер по подбору персонала должен выяснять на первом этапе отбора. В частности, рекрутером плохо прорабатывается причины ухода с текущего рабочего места и возможность того может ли текущий работодатель повлиять на эти причины. Помимо этого, рекрутером неправильно расставляются приоритеты и акценты, которые наиболее важны для конкретного кандидата в процесс презентации компании/команды/должности/оффера.

По данным исследования hh.ru, среди тех, кто работает и хочет сменить работу основная часть (60%) готова остаться на нынешнем месте работы, если компания сделает вам

предложение/контроффер при условии увеличении заработной платы, каждый четвертый - если предложат интересный проект или повысят в должности[1].

Каждый четвертый работающий респондент заявил, что сталкивался с котроффером, 14% респондентов приняли его. В основном контроффер предлагали на словах, каждому пятому предложили документально, как проект изменения текущего трудового договора. Среди тех, кто сейчас работает и не ищет новую работу, а также среди неработающих, половина готовы были бы остаться в компании, если будут более выгодные условия.

Показатель 2 Процент сотрудников, проработавших более 6 месяцев, рассчитывается следующим образом: количество сотрудников, ушедших до истечения 6 месяцев, делится на количество сотрудников проработавших 6 месяцев и более в разрезе отчетного периода и умножается на 100%. С 01.01.2024 по 30.06.2024 в компанию ООО «ВК» было принято 1954 сотрудника. Из этого числа сотрудников 273 специалиста ушло до истечения 6 месяцев и таким образом показатель срока жизни сотрудников в компании находится на уровне 86%. В качестве причин ухода сотрудники выделяют:

1. несоответствие фактических задач и обязанностей с ожидаемыми;
2. непрохождение испытательного срока – несоответствие уровня кандидата (то есть его знаний, навыков, умений) и уровня сложности выполняемых задач;
3. несоответствие по культурной совместимости.

В контексте применения социальных технологий в процессе отбора кандидата мы можем предположить, что рекрутер мог не до конца обозначить предполагаемую роль и потенциальные задачи кандидата, либо не проконтролировал обсуждение этих аспектов на более поздних этапах отбора, в следствие чего у кандидата сложилось неправильное представление о работе. Помимо этого, могли быть допущены ошибки при оценке компетенций кандидата: не до уточнена его роль и функционал на предыдущих местах работы, не проконтролирована благонадежность кандидата в процессе прохождения технических секций или не сделан акцент на склонности кандидата к сомнительным методам и способам прохождения интервью.

Предложенные показатели в большинстве случаев позволяют оценить работу рекрутера и эффективность применения социальных технологий на этапе, когда возможности изменить что-то в процессе отбора не представляется возможным. Попробуем рассмотреть еще один способ оценки эффективности применения социальных технологий в режиме реального времени или когда вакансия еще не закрыта.

Воронка рекрутинга (воронка подбора персонала) — инструмент менеджера по подбору персонала, который наглядно покажет процесс работы с кандидатом от размещения резюме до найма. Преимущество воронки — наглядность. Она продемонстрирует, сколько кандидатов пришло и сколько отвалилось на каждом из этапов, локализует проблему и даст возможность оперативно её решить. Рассмотрим 2 примера воронок и попробуем их проанализировать.

На рисунке 1 изображена воронка по подбору специалиста по автоматизации тестирования за период работы по вакансии с 10.06.2024 по 30.07.2024. Мы видим, что из 33 кандидатов, с которыми рекрутер попытался связаться, только 9 человек готовы были прийти на HR-интервью. Из этих 9 специалистов рекрутер решил отказать только одному кандидату, который по тем или иным причинам не соответствует заявленным требованиям вакансии. С остальными 8 кандидатами была проведена техническая секция, из которых только одного кандидата решили пригласить на финальное интервью. На данном этапе и виднеются проблемы в процессе подбора, в частности стоит разобраться почему большинство кандидатов не проходят техническую секцию. Причин может быть несколько:

1. рекрутер не проводит качественную оценку компетенций на своем этапе интервью;
2. ожидания команды от кандидатов завышены;

3. рекрутер не до конца понимает требования команды к кандидатам и соответственно не может оценить соискателей должным образом на первом этапе. Ё

Чтобы выйти из этой ситуации рекрутеру следуют поприисутствовать на одном из интервью второго(технического) этапа, чтобы лучше понять какие вопросы задают представители команды кандидату, на чем делают акцент в процессе оценке, какие важные аспекты в работе выделяют. Это поможет рекрутеру лучше понять ожидания команды от кандидатов и на более ранних этапах более качественно проводить отбор соискателей.

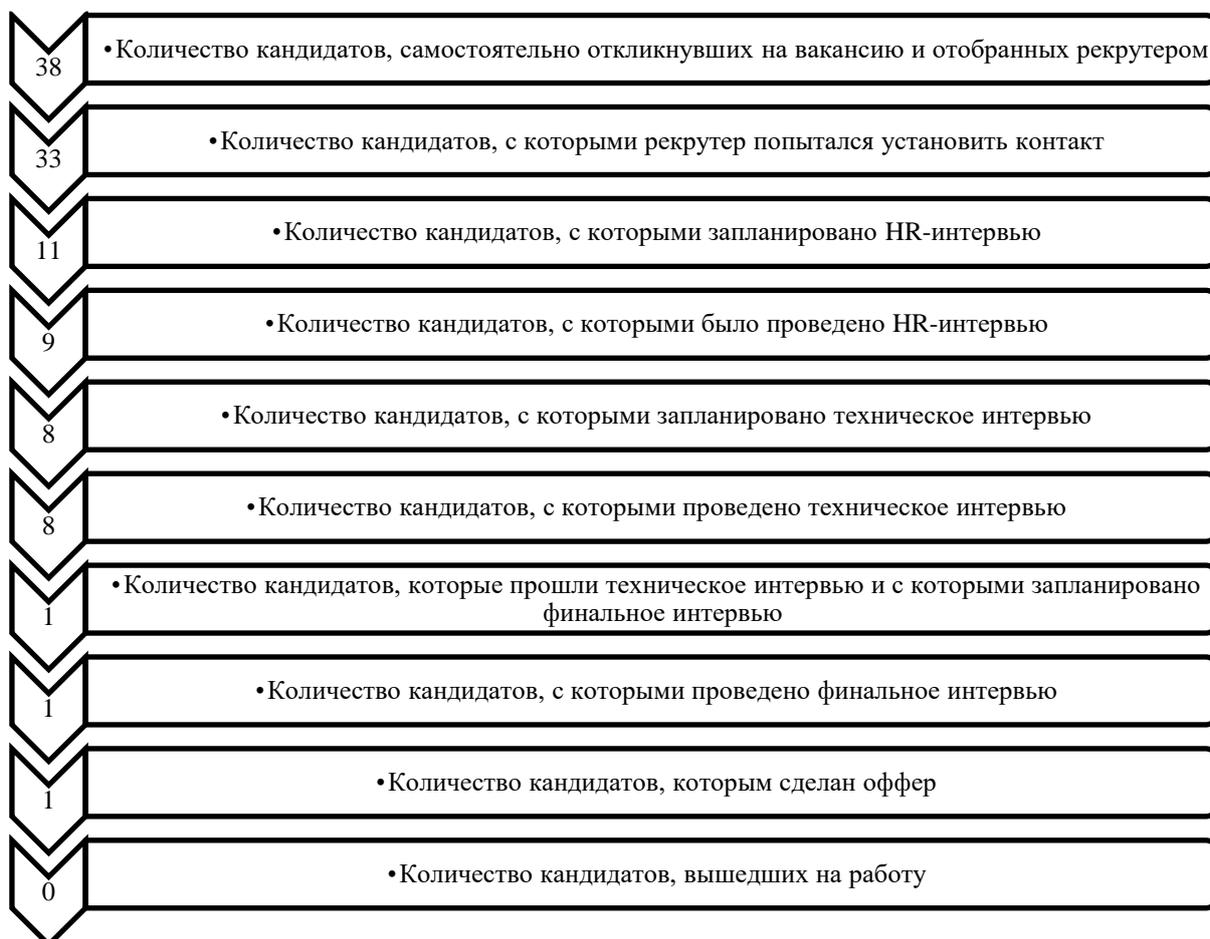


Рисунок 1. Воронка по поиску специалиста по автоматизации тестирования

На рисунке 2 изображена воронка по поиску руководителя группы продуктовой аналитики за период работы по вакансии с 27.05.2024 по 30.07.2024 года. В данном примере обратим внимание на переход между этапами HR-интервью проведено и запланировано 1-е техническое интервью, конверсия составляет всего 56%. Это может говорить о 2 моментах: 1) рекрутер сам более жестко отсеивает неподходящих кандидатов; 2) команда не готова собеседовать часть кандидатов, которых показывает рекрутер. Сконцентрируемся на втором варианте и попробуем разобраться в причинах плохой конверсии:

1. рекрутер изначально не рационально отбирает кандидатов по резюме и не попадает в требования команды;

2. рекрутер имеет неточное представление о профиле кандидата.

В обоих случаях решением проблемы может стать встреча с нанимающим менеджером и представителями команды, где рекрутер может до уточнить требования команды, уточнить какой информации им не хватает в предоставляемой обратной связи рекрутером по каждому кандидату, предложить создать список обязательных вопросов или вопросов-кейсов,

которые рекрутер будет проходить вместе с кандидатом, чтобы оценить его скорость мышления и поведение в той или иной проецируемой ситуации.

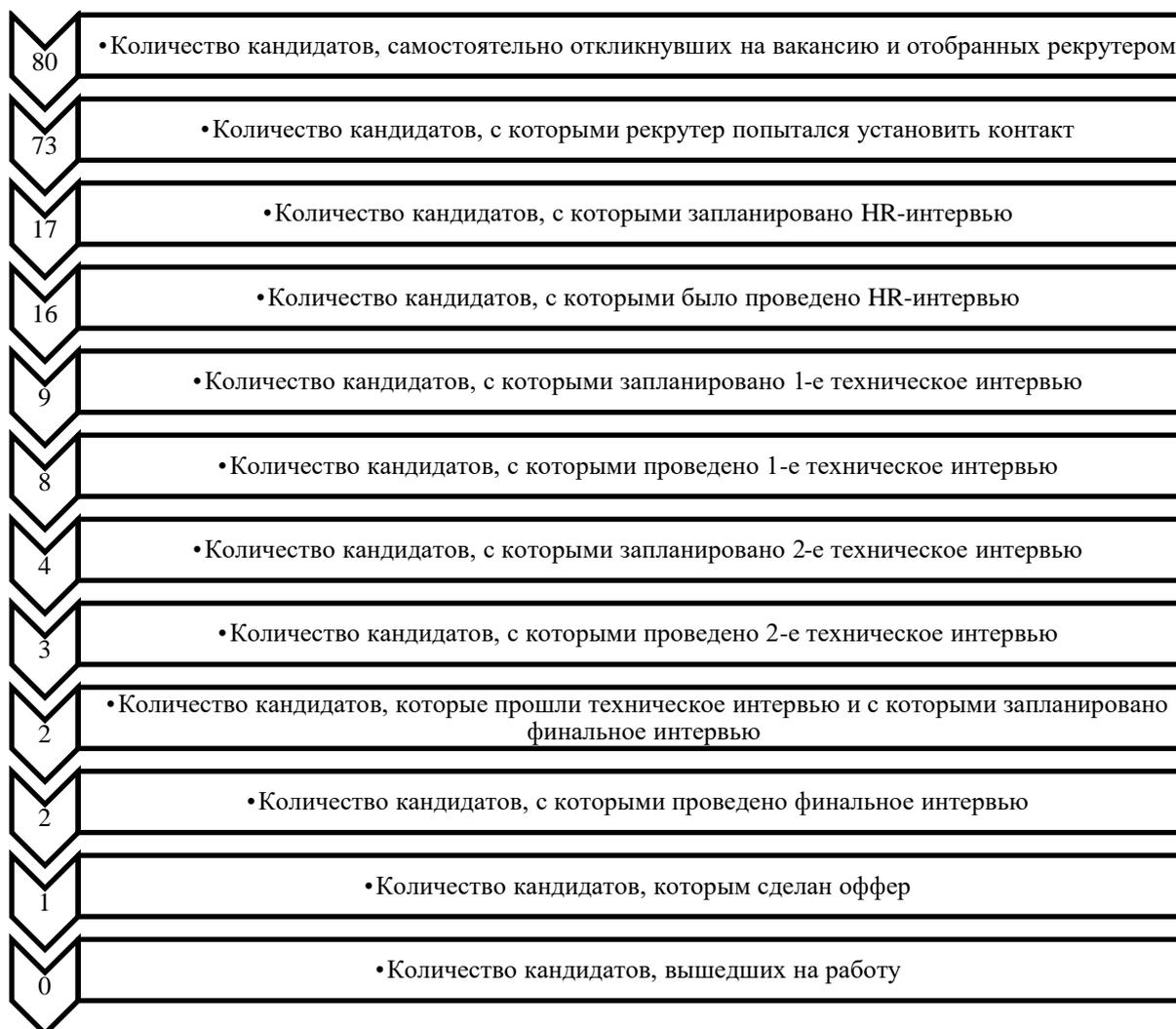


Рисунок 2. Воронка по поиску руководителя группы продуктовой аналитики

Важным дополнением в использовании воронок является тот факт, что их важно составлять не только для себя, но и показывать нанимающей команде на регулярной основе и при возникновении сложностей вместе с ее представителями обсуждать проблемы, которые возникают в процессе найма и соответственно вовремя корректировать приемы социальных технологий, применяемых в ходе проведения интервью.

Описанные выше приемы социальных технологий, которые могут быть применимы в процессе отбора и подбора персонала, позволяют менеджерам по подбору персонала рационализировать свои подходы к проведению интервью и отслеживанию своих успехов в процессе закрытия вакансий.

Приведенные примеры количественных и качественных показателей для оценки эффективности применения социальных технологий в рекрутменте позволяют менеджерам по подбору персонала наглядно и должным образом анализировать процессы найма как в режиме реального времени, так и в долгосрочной перспективе.

Безусловно, нельзя забывать и про человеческий фактор, который может повлиять на любой из этапов подбора и отбора персонала. В любом случае отказы от офферов, непрохождение испытательного срока, неправильная оценка навыков, знаний и умений

кандидатов могут завесить от разных причины или даже от разного комплекса причин, но главная задача рекрутера в процессе отбора – минимизировать риски возникновения этих причин, спрогнозировать их появление в определенном рода ситуациях и предупредить об этом нанимающего менеджера.

Полученные итоги приведенного в данной статье исследования позволяют сделать несколько выводов:

1. Социальные технологии – комплекс приемов и механизмов, который следует применять в процессе подбора и отбора кандидатов.

2. С помощью социальных технологий, менеджер по подбору персонала может дать рациональную оценку разного рода компетенций кандидата и спрогнозировать его поведение в процессе прохождения этапов собеседований.

3. Эффективность применения социальных технологий в процессе подбора персонала следует оценивать посредством качественных и количественных показателей, показывающих метрики подбора персонала

Цель исследования можно считать достигнутой, а практическую и научную новизну доказанной.

В заключение хотелось бы сказать, что полученные результаты исследования послужат дальнейшему изучению данной проблемы. Оценив как социальные технологии могут применяться в процессе подбора и отбора персонала, следует перейти к созданию собственной социальной технологии для использования в конкретной организации и встраиванию ее в модель социальных технологий, влияющих на процессы рекрутмента и подбора наиболее подходящих кадров.

Литература

1. HeadHunter – интернет-ресурс для поиска работы. URL: <https://spb.hh.ru/>.
2. Балабанова В.А., Гольман Т.А. Эффективность использования социальных технологий в системе управления // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2020. № 2 С. 42–45.
3. Бойко С.В., Покровская Н.Н., Слободской А.Л., Спивак В.А. Социально-экономические вопросы мотивации сотрудников в условиях удаленной и распределенной работы // Социология и право. 2021. № 1 (51). С. 6-17.
4. Васильева И.А. Теоретические подходы к изучению социальных технологий управления // Казанский Вестник молодых ученых. 2020. № 4. С. 15–21.
5. Елкина В.Н. Трудовая мотивация и стимулирование работников в современных условиях // Сборник трудов научно-практической конференции Двадцать шестые апрельские экономические чтения. – Омский государственный педагогический университет. 2020. – с. 274-278.

С.Е. Тибейкин

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ RPA-ТЕХНОЛОГИЙ КАК ОПТИМИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ

S. Tibeykin. Using RPA-technologies to optimize social communications in an organization

Аннотация. В результате анализа текущей конъюнктуры социального взаимодействия общества, было определено, что главная задача цифровых технологий на сегодняшний день – оптимизация взаимодействия субъектов коммуникационного процесса. В последнее время роль коммуникации значительно выросла, поскольку она стала неотъемлемой частью всех сфер жизнедеятельности человека. И именно от того, насколько грамотно будет оптимизирована работа по социальному взаимодействию в организации, будет зависеть успешность выполнения поставленных задач.

Ключевые слова: цифровизация; социальные коммуникации; интеллектуальный анализ данных; роботизированные решения; цифровые сервисы.

Контактные данные: 191023, Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д. 30–32, литер А; e-mail: stepantib@mail.ru

Abstract. Having analyzed the current state of social interaction in society, it was determined that the main purpose of digital technologies today is to optimize the interaction of subjects of the communication process. Recently, the role of communication has grown significantly, as it has become an integral part of all spheres of human life. And the success of completing the assigned tasks will depend on how competently the work on social interaction in the organization is optimized.

Keywords: digitalization; social communications; data mining; robotic solutions; digital services.

Contact information: 30-32 Canal Griboyedov emb., 30–32, letter A, St. Petersburg, 191023; e-mail: stepantib@mail.ru

На современном этапе развития общество сталкивается с проблемами ускорения и автоматизации процессов, которые имеют собственные алгоритмы, определенные действия, схему решения с учетом определенных принципов и правил выполнения.

На помощь к решению проблемы циклических действий приходят современные информационные технологии. Такой подход позволяет при помощи использования ресурсов компьютеров и программного обеспечения сократить степень участия человека в том или ином процессе.

Использование программного обеспечения сегодня играет немаловажную роль в построении различных процессов в организации, поэтому оно должно быть экономически и социально целесообразным. Если внедренные технологии только усложняют и удлиняют процесс, то, как следствие, снижают эффективность взаимодействия сотрудников в процессе исполнения ими своих трудовых функций, усложняют их социальные коммуникации.

Сама тема автоматизации и внедрения цифровых технологий в социальные коммуникации становится на сегодняшний день одной из весомых, ведь она влияет на эффективность организации в целом.

Социальная коммуникация – термин довольно обширный, означает процесс передачи информации между отдельными лицами, группами, общественными организациями,

Тибейкин Степан Евгеньевич – аспирант кафедры социологии и управления персоналом Санкт-Петербургского государственного экономического университета

S. Tibeykin - Postgraduate student, Department of Sociology and Personnel Management, St. Petersburg State University of Economics

© Тибейкин С.Е., 2024

нацеленный на те или иные преобразования, а также имеет цель воздействовать на оппонента с целью получения какого-то результата, действия, получения ответа. Так, Я. С. Яскевич говорит, что социальная коммуникация – это «фундаментальное основание общественной жизни и профессиональной деятельности, формирования «общества доверия» и достижения социального согласия по дискуссионным вопросам». Данным определением ученый обосновывает, что на современном этапе имеются все основания и предпосылки, позволяющие выделять данный процесс как отдельную область исследования, социальный процесс, самодостаточную единицу.

Определяющая роль социальных коммуникаций задает потребность в ее развитии в рамках цифрового развития общества и по сей день. В современном HR-digital пространстве особую роль играют именно цифровые сервисы, которые выступают своеобразным связующим между социальными процессами и социальными коммуникациями, которые мы описали ранее. Поэтому можно с уверенностью сказать, что на сегодняшний момент цифровые сервисы становятся социально-ориентированными.

Социально-ориентированные цифровые сервисы – такой инструмент цифровой коммуникации, способствующий решению фундаментальных вопросов, связанных с организацией жизнедеятельности и взаимодействием граждан с организациями, учреждениями, государством по вопросам формирования социальной, информационной, политической активности субъектов. Так, например, А. В. Чугунов предлагает для изучения вовлеченности граждан в процесс цифровизации использовать концепцию «электронного участия», обозначающего комплекс методов и инструментов для обеспечения электронного взаимодействия граждан и органов власти с целью учета мнения граждан в государственном и муниципальном управлении при принятии политических и управленческих решений [5, с. 95]. Их исследования показали, что человеческий потенциал, социальная политика и электронное гражданское участие взаимообусловлены: если государство инвестирует в развитие человеческого потенциала, то в результате возникает спрос на механизмы электронного участия, а это, в свою очередь, способствует усилению готовности органов власти внедрять цифровые инновации для взаимодействия с гражданами. Подтверждением данной мысли является теория «электронной коммуникации», которую в своей книге «Война и мир в глобальной деревне» описал М. Маклюэн. Канадский профессор говорил, что «электронные технологии общения способствуют слиянию мифологического (непосредственного) и рационалистического (опосредованного) способов восприятия мира, создают предпосылки для целостного развития личности» [4, с. 38].

Исходя из данной мысли, можно сказать, что на сегодняшний день можно выделить основные социально-ориентированные цифровые инструменты, которые способствуют улучшению в первую очередь социальных коммуникаций:

1. Социальные сети — это платформы, где люди могут общаться, делиться информацией и устанавливать связи.

2. Чат-боты – это программы, которые могут отвечать на вопросы бесперебойно по заданному алгоритму действий, предоставлять информацию и помогать в решении проблем. Чат-боты используются в различных сферах, например, в поддержке клиентов, образовании и медицине.

3. Искусственный интеллект (в том числе RPA-технологии) – это технология, которая позволяет компьютерам имитировать человеческое мышление и учиться на основе проводимых тестовых запусков, решений задач. Искусственный интеллект используется в разных областях, таких как распознавание образов, анализ данных и прогнозирование.

4. Мобильные приложения — это программы, которые предоставляют доступ к различным функциям и услугам. Мобильные приложения могут быть ориентированы на разные сферы жизни, например образование, здоровье, финансы.

Социально-ориентированные RPA-технологии (Robotic Process Automation) направлены на помощь людям в решении различных задач [1, с. 18]. Они созданы для автоматизации повторяющихся процессов, что позволяет сотрудникам сосредоточиться на более важных и сложных задачах. RPA-системы имитируют действия человека, используя алгоритмы и искусственный интеллект. Они способны распознавать информацию, взаимодействовать с различными приложениями и системами, а также выполнять задачи, требующие точности и внимательности. Благодаря RPA-технологиям сотрудники могут повысить свою эффективность, снизить вероятность ошибок и улучшить качество работы.

Говоря о более долгосрочных прогнозах, можно сказать, что в будущем компании, стремясь оптимизировать социальные коммуникации в организациях, будут использовать комплексные роботизированные решения (RPA-роботы), которые в свою очередь исключают из трудовых функций ключевого персонала однотипные, монотонные задачи. Такая мера позволит расширить возможности мгновенной передачи информации, ее загрузки и хранения, что очень важно в социальных процессах. В особенности в рамках социальных коммуникаций.

Избавляя сотрудников от рутинной работы, компания повышает продуктивность труда специалистов, уменьшает вероятность допущения ошибок. В нашем случае RPA-технологии выступают отличным цифровым помощником, призванным снизить трудозатраты на формирование аналитических таблиц.

Назначение роботизации состоит в проведении мероприятий по заявлениям кандидатов и приложенным к ним документам, поступающим в комиссию в электронном виде, а также выполнение работ по выводу аналитических данных из анализируемых документов для организации дальнейшей работы специалистов. Примерная схема программной логики использования RPA-технологий представлена на рисунке.

Целью внедрения программного робота является: уменьшение трудозатрат работников отдела кадров за счет автоматизации рутинных операций, выполняемых при проведении мероприятий по заявлениям работников Общества; минимизация рисков потенциальных ошибок специалистов, ответственных за выполнение данных функций, связанных с человеческим фактором; сокращение времени на рассмотрение, согласование документов конкурсной комиссией, повышение эффективности взаимодействия между отделами и структурными подразделениями Общества.

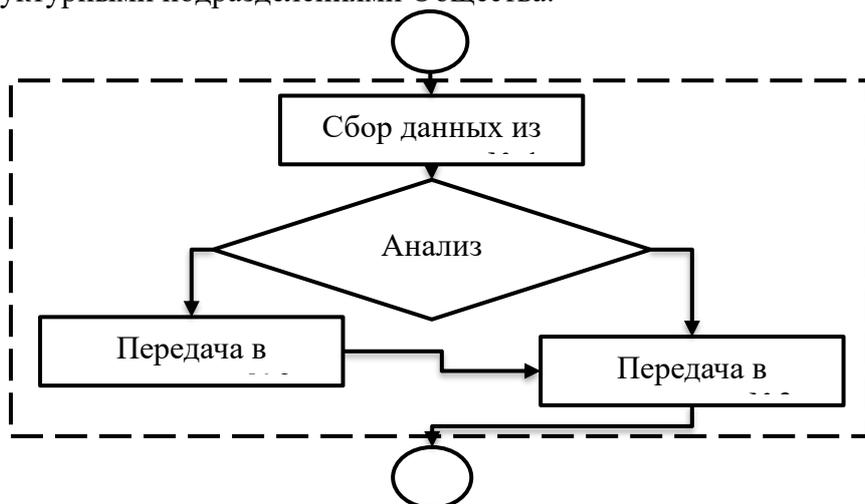


Рисунок. Схема программной логики использования RPA-технологий

Перспективные возможности для роботизации функций при помощи цифровых решений:

- консолидация в один PDF-файл по отдельному кандидату посредством соединения в один файл его документов и документов;
- автоматическое создание письма в почте Outlook;
- анализ приложенных файлов конкурсантов в PDF-файле и выделение ошибок (возможно, с добавлением комментария от робота, каких документов не хватает), консолидация всех необходимых документов после предоставления недостающих документов;
- присвоение каждому кандидату уникального номера по порядковому номеру конкурсанта.

Показателями эффективности внедрения программных роботов будут представлены следующие результаты:

- созданный программный робот, который проводит проверку документов, создавая отчеты и информируя участников процесса проделанной работе, ошибках, невозможности проведения проверки;
- сформированные и категоризованные списки кандидатов;
- сформированный электронный архив документов кандидатов.

Показатели: созданный и сохраненный отчет; уведомление ответственного работника о сохранении отчета/списков, электронного архива.

При этом показатели результативности процесса будут заключаться в проведении проверочных мероприятий по документам, заявлениям, проведенных без ошибок и привлечения участников процесса в 80% случаев.

В настоящий момент наиболее перспективными RPA- платформами выступают следующие поставщики услуг в России:

PIX RPA — платформа для автоматизации процессов с применением роботов и искусственного интеллекта (AI). Способен выполнять рутинные действия за пользователя: работа с сайтами, распознавание и обработка документов, перенос данных между системами, заполнение форм и документов, работа с файлами и папками по правилам, построение отчетов, работа с текстом, OCR.

Primo RPA - автоматизация обработки резюме. Робот авторизуется на кадровом ресурсе, производит мониторинг откликов на открытые вакансии, ищет кандидатов по определенным параметрам поиска. Для всех отобранных кандидатов робот скачивает соответствующие резюме и сохраняет их для последующей обработки. Размещает информацию о кандидатах в учетных системах организации, после получения подтверждения отправляет приглашение на собеседование и уведомляет об этом сотрудников.

Sherpa RPA - отдел HR может запустить процесс оформления нового сотрудника в штат с момента сканирования документов. Робот (имея встроенный модуль OCR) распознает документы, регистрирует данные в информационной системе компании, выдает необходимые доступы, оформляет заявки на выдачу пропуска и другие обязательные действия с учетом должности сотрудника. По аналогии с процессом приема сотрудника на работу может быть роботизирован процесс увольнения сотрудника с работы: согласование, расчет заработной платы, закрытие доступа к информационным системам и почте и другие процедуры, принятые в компаниях.

На анализируемом примере в организации ООО «Стандарт» с численностью персонала до 200 человек при помощи социального эксперимента удалось описать и унифицировать бизнес-процесс по выдаче направлений на медицинскую комиссию. Данный процесс включает в себя следующие этапы:

1. сбор информации о кандидате: ФИО, дата рождения, шифры для медицинской комиссии;

2. создание заявки на медицинскую комиссию: указание всех необходимых данных о кандидате;

3. получение результатов медицинской комиссии: заключение о состоянии здоровья кандидата;

4. проведение дальнейших процедур по трудоустройству кандидата.

Раньше этот процесс занимал около 4–6 минут, когда данные вводились «вручную». С использованием RPA-робота, а именно программной логики, описанной выше, временные издержки по выдаче направления сократились до 1–2 минут благодаря автоматизации ввода данных и обработки заявок. В относительном отклонении результат исследования показал, что при использовании RPA-технологий социальные коммуникации ускорились на 34% лишь только в данном бизнес-процессе.

Также в рамках исследования был задействован такой метод, как интервьюирование. Такой качественный метод позволил уточнить проблематику исследуемой темы, а также определить уровень удовлетворенности социальными коммуникациями в рамках проводимых мероприятий в области внедрения цифровых сервисов. Вид интервьюирования, который был выбран для реализации очной формы опроса, – полустандартизированный. Данный вид интервью был выбран неслучайно, так как имеет ряд своих преимуществ в качестве вспомогательного социологического инструментария, позволяющего выполнить ряд задач, определенных в рамках социологического исследования [6, с. 159].

По результатам интервьюирования специалистов был получен ряд дополняющих сведений, которые способствуют подтверждению задач, поставленных в рамках социологического исследования.

Можно придать качественную оценку проводимым мероприятиям. Так, на вопрос: «Насколько, по Вашему мнению, улучшились взаимодействия с сотрудниками в компании при использовании RPA-сервисов? Оцените по 10-бальной шкале (где 10 – сервисы оказали максимально положительный эффект в коммуникациях, 1 – сервисы оказали отрицательный эффект в коммуникациях)» респондент-1 отметил, что в количественном измерении можно поставить 8 баллов. Качественная же оценка выражается в эмоциональных окрасках, которой респондент-1 придал следующие характеристики «нет предела совершенству», а также «есть небольшие изъяны, но я так понимаю, они в разработке». Данная информация означает, что ввиду того, что некоторые функции цифровых сервисов находятся в стадии опытно-промышленной эксплуатации, они уже показывают неплохие результаты.

Однако всеми респондентами были отмечены недостатки сервисов, которые на сегодняшний день уже находятся в разработке. Так, респондент-1 отметил, что новый проект расширяет возможности как работника (пользователя), так и специалиста кадровой службы (модератора процесса). Преимущество RPA-робота заключается в том, что вместо дублирования информации в ячейки на основе одних и тех же данных, теперь можно извлекать информацию из других заявок, которые ранее заполнял кандидат.

В целом, проводя анализ на исходном предприятии, можно выделить преимущества RPA-технологий для социальных коммуникаций. Они включают в себя автоматизацию рутинных задач, снижение нагрузки на персонал, повышение качества и оперативности работы, упрощение процессов и исключение ошибок. Роботы могут выполнять различные функции, такие как поиск и анализ данных, взаимодействие с базами данных, отправка сообщений и другие. Также при использовании RPA-сервисов происходит улучшение взаимодействия между сотрудниками и отделами: программные роботы могут координировать и синхронизировать работу разных отделов и сотрудников, обеспечивая более эффективное сотрудничество и обмен информацией.

Таким образом, использование RPA-технологий способствует модернизации и оптимизации социальных коммуникаций, ускоряя процессы, повышая качество обслуживания клиентов.

RPA-платформы работают следующим образом [1, с. 19]:

1. сбор данных: такие системы собирают информацию из различных источников, таких как веб-сайты, социальные сети, мессенджеры и другие каналы коммуникации;
2. анализ данных: RPA-системы анализируют собранные данные, используя алгоритмы машинного обучения и искусственного интеллекта;
3. классификация данных: RPA-системы классифицируют данные на основе заданных критериев, например, по темам, интересам пользователей или по степени важности;
4. предоставление информации: RPA предоставляют пользователям релевантную информацию, основываясь на их предпочтениях и истории взаимодействия с платформой.

RPA-платформы способствуют социальной коммуникации, предоставляя пользователям быстрый доступ к нужной информации, улучшая качество обслуживания и облегчая поиск нужных контактов.

На сегодняшний день можно сказать, что цифровые решения – катализатор коммуникационного взаимодействия, который складывается из возможностей социальных сетей и способностей компаний адекватно реагировать на изменения, и который позволяет оптимизировать как работу компании, так и восприятие информации молодыми специалистами. «Электронная галактика» в самом широком понимании данного термина в книга М. Маклюэна, влечет «ретрибализацию» существующих обществ и на новой технологической основе воспроизводит «первобытное единство коллективного сознания», превращая нашу планету в единую «глобальную деревню». В этой «деревне» не будет индивидуализма и национализма, отчуждения, агрессивности и военных конфликтов [4, с. 172].

Помимо всего прочего, цифровые решения, вбирая в себя лучшие характеристики, позволяют компаниям сформировать устойчивый HR-бренд, что в свою очередь создает дополнительное пространство для взаимодействия между участниками и компанией.

С позиции метатеории социальной коммуникации большой интерес представляют его периодизация коммуникационных «эпох» и выводы о воздействии коммуникационных технологий на человеческую историю, правда, скорее напоминающие наивные утопии, чем научные прогнозы. Грядущая всемирная цивилизация, — пророчил М. Маклюэн, — будет обществом «гармоничной коммуникации» и «образного мышления», являющихся непременным условием формирования высших культур.

Однако, стоит учитывать тот факт, что полный переход все же невозможен. Многие недостатки дистанционного общения в ближайшее десятилетие компенсируются как скоростью подачи информации, так и ее качеством.

Литература

1. Беломытцев И. О. Основные проблемы внедрения решений, основанных на роботизированной автоматизации процессов (RPA) // Инновационная наука. 2019. № 4. С. 18-20.
2. Зараменских Е. П. Цифровые сервисы: их атрибуты и взаимосвязь с архитектурой предприятия // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2018. № 10. С. 36–42.
3. Куликова Т. А. Использование сервисов и цифровых инструментов в преподавании методики профессионального обучения / Т. А. Куликова // Известия Тульского государственного университета. Педагогика. – 2022. – № 3. – С. 55–59.
4. Маклюэн М. Война и мир в глобальной деревне / Маршалл Маклюэн, Квентин Фиоре; пер. с англ. И. Летберга. — М.: АСТ: Астрель, 2012. — С. 219.
5. Маргулян Я. А. Влияние интернет-коммуникаций на социальную трансформацию личностного потенциала современной российской молодежи / Я. А. Маргулян, Н. И. Данилова // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. – 2022. – № 4. – С. 93–96.
6. Молодькова Э. Б. Роль социальных сетей в профессиональной деятельности менеджера по подбору персонала / Э. Б. Молодькова, О. А. Попова // Социология управления: актуальные вопросы современности : Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 17

февраля 2022 года / Под общей редакцией В.А. Мордовца. – г. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, 2022. – С. 156–165.

7. Попазова О. А. Социология коммуникаций : учебно-методическое пособие / О. А. Попазова, Я. С. Рочева. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2022. – 88 с.

DOI:10.24412/1994-3776-2024-3-170-179

УДК: 316.4

А.А. Шадрин

РЕЙТИНГ ВУЗА КАК СОЦИАЛЬНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ И ИНСТРУМЕНТ ЧЕЛОВЕКООРИЕНТИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ

A. Shadrin. The university's rating as a social technology and a tool for human-oriented management in an organization

Аннотация. В статье рассматривается понятие «рейтинг вуза» как инструмент управления информационной, мотивационной, имиджеформирующей составляющей деятельности организации высшего образования. Анализируются основные модели университетов с учетом процесса коммуникации между организациями и их стейкхолдерами (целевыми аудиториями, трансляторами и получателями имиджа вуза). Описаны ключевые рейтинги вузов и выделены основные тенденции, повлиявшие на формирование имиджа вузов в России.

Ключевые слова: имидж вуза; рейтинг вуза; трансформационные модели вузов; стратегический менеджмент, имиджевая политика

Контактная информация: 193023, Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д. 30/32, ауд. 3018; тел.: (921) 922-18-16; e-mail: shadrin29@list.ru

Abstract. The article considers the concept of «university rating» as a tool for managing the information, motivational, image-forming component of the activities of higher education organization. The main models of universities are analyzed, taking into account the communication process between organizations and their stakeholders (target audiences, translators and recipients of the university's image). The key ratings of universities are described and the main trends that influenced the formation of the image of universities in Russia are highlighted.

Keywords: image of the university; rating of the university; transformational models of universities; strategic management, image policy.

Contact information: 30/32 nab. Griboyedov Canal, room 3018, Saint-Petersburg, 193023; tel.: (921) 922-18-16; e-mail: shadrin29@list.ru

Университет — предмет общественных дискуссий в России. Перестройка бизнес-процессов, в том числе оценка и построение имиджевой политики в отечественных вузах началась с 2000-х годов. Этому способствовали знаковые федеральные проекты в сфере образования: Национальный проект «Образование» (2006 год), Проект 5-100 (2012 год), «Приоритет 2030» (2020 год) [14, 15].

Вузы России ориентировались на мировые практики в развитии высшего образования. Однако на имиджевую и репутационную составляющую организаций высшего образования стали обращать внимание лишь с 2012 года. Например, в Германии, оценка и построение имиджевой политики в вузах началась с 2000-х годов. Значительное влияние на это оказал низкий объем госфинансирования, демографические изменения, диджитализация общества.

Шадрин Александр Александрович – аспирант кафедры социологии и управления персоналом Санкт-Петербургского государственного экономического университета

A. Shadrin – Postgraduate student of the Department of Sociology and Personnel Management at St. Petersburg State University of Economics.

© Шадрин А.А., 2024

Как мы видим, разрыв в осознании того, что вуз — это не просто институция, а «инструмент» влияния не такой уж и большой.

Как указывают исследователи отечественной системы высшего образования, «сегодняшние изменения мотивированы необходимостью решения задач: усиление позиций страны на мировом рынке высшего образования; преобразование структурных элементов высшего образования в эффективные учреждения разных форм; принятие университетами управленческих решений в условиях возросшей конкуренции на внешнем и внутреннем образовательном рынках с учетом макроконтекста этих условий: с одной стороны, глобальной неопределенности, с другой — все возрастающей ответственности высшего образования за адаптацию общества к вызовам XXI века и формированию таких ценностей, знаний и навыков, которые обеспечат достижение целей устойчивого развития», в том числе будут ориентированы на человека (ключевых стейкхолдеров вузов) [9, 2].

Перестройка университетского ландшафта (социокультурной среды) происходит как на уровне управления (внутри вуза), так и в окружении университетов — университетских стейкхолдеров. Они же — это ключевые целевые аудитории, получатели и трансляторы имиджа.

Если обобщить опыт отечественных исследователей в области высшего образования, то можно четко проследить и выделить ключевые модели вузов: «Университет 1.0», «Университет 2.0», «Университет 3.0» и «Университет 4.0» или «Университет будущего». «Отчасти это происходит из-за влияния развития технологий, информатизации и запросов цифровой экономики», в том числе экономики впечатлений [3, 16].

Дадим краткую характеристику каждой трансформационной модели университета. При этом стоит отметить, что каждой модели соответствует определенный тип коммуникации между стейкхолдерами вуза, требующие анализа и учета их интересов при выстраивании программ развития, в том числе программ, связанных с внешней и внутренней коммуникацией.

Университет 1.0

Традиционная модель. Основной фокус коммуникации: от преподавателя к студенту. Характеризуется академизмом в образовательных технологиях и учебном материале [3, 16].

Университет 2.0

Тесная связь обучения и исследовательской работы (образование и наука). Ключевое понятие — «Исследовательский университет». Основной фокус коммуникации: от преподавателя к студенту и от студента к преподавателю. Активное развитие рыночных отношений повлияло на образовательную среду. «В исследовательские университеты приходят инновации, которые позволяют начать эффективно работать исследовательским вузам по заказу бизнес-сообщества. Активно «рождаются» малые инновационные предприятия (МИП) при вузах, а также стартапы» [3].

Университет 3.0

Ключевое понятие — «инновация». Происходит процесс внедрения инноваций в исследовательский процесс. При этом основной фокус коммуникации сохраняется на уровне модели «Университет 2.0». Отметим, что количество МИПов — один из ключевых показателей эффективности работы университетов. Происходит активное развитие информационных технологий, четвертая промышленная революция, вызовы в рамках стратегии национального технологического развития. Кроме этого, за счет развития науки и внедрения инноваций появляются адаптивные технологии и единое информационное пространство вуза [3, 16].

Университет 4.0/ Университет будущего

Это цифровой университет. Активными участниками учебного процесса становятся внешние стейкхолдеры (внешние совместители из реального сектора экономики, бизнес). В модели 4.0 сохраняется коммуникация на уровне 3.0, но к инновациям добавляется

цифровизация, данные и цифровой след. «Становится возможным анализ целей всех участников учебного процесса, а также потенциального заказчика качественных кадров — бизнеса, науки и общества» [3].

«Применение компьютерных наук, искусственного интеллекта, анализа больших данных, цифрового следа, технологии блокчейна позволит учесть цели, которые преследуют участники образовательного процесса, и максимально оперативно влиять на процесс коммуникации между ними за счет современных цифровых образовательных технологий, адаптивных образовательных программ, индивидуальных образовательных траекторий, индивидуальных планов и стандартов» [3, 4]. При этом мы принципиально не останавливались на трансформации образовательных стандартов (ФГОС). Это не входит в предмет нашего исследования, но является важной составляющей внутренней качественной трансформации вузов. Экспертами отмечается, что это болезненный момент для многих вузовских менеджеров, так как «имеются сложности с самим процессом перехода. Организации не успевают осмыслить и перейти на один стандарт, как на следующий год принимается новый» [3, 4]. Также на ландшафт университетского образования оказывает влияние внешняя и внутренняя политика России.

Выделим ключевые тенденции, повлиявшие на формирование имиджа вузов в России:

- переход на болонскую систему, в том числе ее трансформация в будущем (возможно, сохранение магистратуры, но возвращение специалитета вместо бакалавриата);
- внедрение инновационных образовательных программ;
- создание федеральных, национальных исследовательских университетов;
- персонализация образования — привлечение в вузы ведущих ученых и практиков из реального сектора экономики;
- целенаправленная работа по участию в международных и национальных рейтингах (интернационализация имиджа и репутации);
- введение понятия «опорный университет» в рамках трансляции опыта передовых вузов в регионах (укрупнение вузов и расширение региона присутствия);
- вузы, как центры пространства создания инноваций, а также развитие проектного подхода с помощью государственных программ, представителей бизнеса, выступающих партнерами;
- развитие экспортного потенциала отечественных образовательных услуг как элемента несырьевого экспорта России;
- генерация новых знаний, рынков, технологий для внедрения в отечественную экономику и социальную сферу;
- внедрения ESG-практик на организационном и образовательном уровнях (появление Центров устойчивого развития в вузах, программ по подготовке специалистов, разделяющих принципы человекоориентированного управления в организации) и др. [22, 23, 14, 15].

Частично указанные тенденции совпадают с европейской практикой. В частности, аналогичные процессы были характерны для вузов Германии, а некоторые из них лишь сейчас выходят на первый план в России. Например, стремление к развитию профиля, независимости в вопросах финансирования и использования ресурсов, отбора студентов. В перечень можно добавить: снижение уровня государственного финансирования (переориентация государственных программ на развитие СПО), влияние демографических изменений в обществе, компетентностный подход в образовании (фундаментальные, прикладные и надпредметные компетенции), технологизация вузов и общества в целом (запрос на онлайн-образование) и др. [22, 23, 14, 15].

Указанные выше процессы значительно повлияли на объем и структуру спроса на преподавательские и исследовательские услуги (в этом контексте смело можно говорить о

том, что образование и научная деятельность — услуга), а также на имиджевую и репутационную составляющую вузов.

Таким образом, при повышении сложности и динамики изменений вузовского ландшафта (внутри и снаружи) указанные ранее тенденции будут встречаться в вузах по всему миру, в том числе они будут встречаться с расширением конкуренции среди организаций высшего образования.

Конкуренция среди вузов была всегда. Традиционно это выражается в стремлении к открытиям (например, в форме научных публикаций), генерации новых идей и проектов, носящих теоретический и прикладной характер, а также в привлечении лучших талантливых исследователей («научников»). Однако возникают новые конкурентные области, которые нельзя упускать. Например, это конкуренция за финансовые ресурсы (гранты, программы фондов, госпрограммы), студентов (поиск талантов по всему миру), количество предложений (образовательных программ), в том числе наличие онлайн-программ и программ, открытых совместно с компанией-партнером из реального сектора экономики, развитие концепции непрерывного образования, инфраструктура, соответствующая модели «Университет 4.0» и др.

Потребность в прозрачности создает информационные механизмы и системы оценки. К классическим инструментам ученые относят: процедуру экспертной оценки для обеспечения качества публикаций и общего освещения деятельности университетов в СМИ. Специальные инструменты, предназначенные для репрезентации и сравнительной оценки образовательных услуг вузов: интернет-платформы (базы данных вузов с отзывами и описанием услуг, образовательных программ и проектов), общественная оценка отдельных курсов и преподавателей нынешними студентами (внутренние анкеты в том числе), рейтинги.

Рейтинги вузов в России появились в начале 2000-х годов. Это обусловлено рядом причин. В частности, «государство осознало необходимость такого инструмента в условиях роста российской экономики, увеличения количества абитуриентов, обусловленного демографическими причинами, присоединения России к Болонскому процессу (2003 г.) и признания обществом получения высшего образования как высококачественной и затратной «услуги». Обучение на контрактной основе, различия в «стоимости» выпускников вузов для работодателя, конкурс при поступлении в вузы определили необходимость разработки механизмов рейтингования российских вузов, в которых были заинтересованы прежде всего абитуриенты и их родители, а также сами вузы и другие стейкхолдеры (работодатели, профессиональные сообщества и государственные структуры) [9, 2].

Рейтинг — инструмент стратегического менеджмента, который не был популярен и известен в России. Конечно, негласно, ранжирование организаций высшего образования присутствовало. Традиционно оно базировалось на уровне количества абитуриентов на одно бюджетное место и на истории университета, его репутации и имиджа. Самые высокие конкурсные позиции были закреплены между вузами Москвы и Санкт-Петербурга. Кроме этого, особое значение у абитуриентов имело местоположение учебного заведения и его популярность.

Первый профессиональный и публичный рейтинг в России был опубликован в 2009 году независимым информационным агентством «РейтОР» совместно с МГУ им. М.В. Ломоносова — ранжированный список ведущих вузов мира Global Universities Ranking (GUR). Его ключевая особенность — это «качественная характеристика университетов, полученная путем сложения оценок учебной и научной деятельности, общественного признания вуза, компетентности его профессорско-преподавательского состава, наличия материально-технической базы высокого уровня и показателей трудоустройства выпускников» [9, 2].

С особой силой на рейтинг, как инструмент управления вузом, обратили внимание с началом реализации федеральной программы по повышению конкурентоспособности вузов «5-100» (2012-2020 гг.). Ключевой особенностью программы является не просто трансформация университета в части увеличения количества иностранных научно-педагогических работников и студентов, повышение индекса цитируемости сотрудников вузов-участников. Основная цель инициативы — повышение узнаваемости и попадание не менее пяти университетов в сотню ключевых институциональных мировых рейтингов [9, 2].

Проект был значимым и громким за счет пристального внимания к нему государства. Отмечается, что «началом реализации считается Указ Президента РФ от 7 мая 2012 года № 599 «О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки» (7), в рамках которого была предусмотрена разработка плана мероприятий по развитию ведущих университетов, направленного на повышение их конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров» [13]. Отраслевые и деловые СМИ констатировали провал программы, но экспертное вузовское сообщество с таким мнением были не согласны. Проект 5-100 перезапустил ландшафт высшей школы с точки зрения управления, имиджа и репутации, публикационной активности, объема привлечения иностранных абитуриентов и ППС. Также ключевые стейкхолдеры вузов детально познакомились с глобальными образовательными рейтингами и стали обращать внимание на их индикаторы при планировании сотрудничества с вузами по различным направлениям деятельности. Кроме этого, участие в международных рейтингах дало понять вузовским менеджерам и общественности, что позиции российских вузов выше в предметных рейтингах, чем в институциональных. В 2021 году ректор ВШЭ Ярослав Кузьминов отметил, что «вузы-участники Проекта 5-100 сумели нарастить присутствие до 16 университетов в мировых рейтингах QS (на старте программы ни один вуз не был представлен). При этом пять вузов входят в более чем в 10 предметов; семь вузов — от 4 до 10 предметов; три вуза — в 1 или 2 предмета. Половина участников программы, а именно 10 университетов входит в топ-100 предметов и отраслей рейтинга» [21].

Для большего понимания вопроса следует кратко рассмотреть классификацию рейтингов. В научных источниках существует разные подходы. «Методология оценки деятельности высших учебных заведений основана на соблюдении Берлинских принципов ранжирования вузов, принятых в 2006 г. на конференции Международной экспертной группы по ранжированию (IREG). Эксперты используют методики количественной и качественной оценки результатов научно-исследовательской, финансово-экономической, образовательной и других видов деятельности» [5]. Таким образом, все рейтинги делятся группы: глобальные, глобальные предметные рейтинги, региональные, репутационные, бизнес-школ, национальные. В Перечень национальных рейтингов IREG по состоянию на 01.01.2021 г., входит 59 систем оценивания по 35 странам. Основные целевые группы: студенты и родители; правительства и финансовые агентства; работодатели; организации по обеспечению качества, аккредитации и признанию; высшие учебные заведения, стейкхолдеры, заинтересованные в образовании в сфере управления бизнесом (в методологии особое значение имеют показатели рыночной стоимости образования).

Существуют и более обобщенные классификации, которые также учитывают методологию IREG. Группы рейтингов, выделенные Е.В. Балацким и Н.А. Екимовой [17]:

- 1) традиционные, основанные на оценке большого числа объективных показателей деятельности университетов (китайский ARWU, тайваньский PRSP, голландский LR);
- 2) репутационные или персонифицированные, основанные на экспертных оценках (британский WRR);
- 3) виртуальные или интернет-рейтинги, которые основаны на показателях популярности университетских сайтов в интернет-среде (испанский Webometrics (Web), армянский «АркаЛер» и анонимный рейтинг World Universities Web Ranking (4ICU);

4) смешанные (гибридные) рейтинги, в основе которых лежат принципы, методы и показатели предыдущих трех групп (синтез традиционных репутационных рейтингов — английские THE и QS, американские NTGU, WBU и российский RUR).

Классификация И.И. Борисова и Д.А. Штыхно, которая включает группы рейтингов для разных стейкхолдеров с учетом национальных особенностей и целей исследования [18, 19]:

1) по типу — с начислением единого итогового балла (применяются для ранжирования вузов в целом); по конкретным дисциплинам, программам обучения или по отдельным предметам; с комбинированным подходом при ранжировании;

2) по структуре — порядковый (вузам присваиваются порядковые номера, в соответствии с которыми они располагаются в рейтинге); кластерный (разбивка по группам с лучшими, средними, худшими показателями); комбинированный (дается количественная оценка, но публикуется информация только по лучшим вузам, модификация порядкового и кластерного подхода);

3) по источникам данных — по имеющимся данным; по собранным на основе опросов студентов, преподавателей, работодателей, выпускников;

4) одномерные рейтинги (оценка эффективности в соответствии с одним набором показателей и с присвоением веса);

5) многомерные рейтинги (совокупность таблиц оценок, позволяющие составлять персонализированные рейтинги).

Наиболее репрезентативными рейтингами принято считать так называемые глобальные рейтинги университетов. Попадание в эти ранжированные списки и было ключевой задачей Проекта 5-100, о котором мы писали ранее. К ним относятся: Шанхайский академический рейтинг мировых университетов (ARWU), семейство рейтингов QS World University Rankings (QS WUR), Великобритания, семейство рейтингов Times Higher Education (THE), Великобритания, рейтинг Center for World University Rankings (CWUR), ОАЭ и др. Критерии, цели и целевая аудитория у указанных списков частично совпадает. Ключевые стейкхолдеры: студенты, родители, высшие учебные заведения, политики, правительства, финансовые агентства, работодатели. При этом QS, THE учитывают показатели устойчивого развития ЦУР ООН, что количественно и качественно подтверждает учет человекоориентированного управления в организациях высшего образования.

Российская образовательная платформа Skillbox составила свою классификацию рейтингов, опубликовав ее на своем медиапортале. Эксперты в области образования в своем материале сделали акцент на рейтингах, в которых участвуют отечественные вузы. См. таблицу 1[20].

Таблица 1. Классификация рейтингов и их характеристика [20]

Статус рейтинга	Наименование рейтинга/страна	Содержательные характеристики рейтинга
Международный	Шанхайский рейтинг (ARWU), КНР	Первый рейтинг опубликован в 2003 году. С 2009 года список готовит и публикует независимое агентство ShanghaiRanking Consultancy. Фокус на научные достижения: цитируемость, число лауреатов Нобелевской и Филдсовской премий среди сотрудников и выпускников. В 2023 году представлено 9 вузов из РФ, но не в топ-100. В предметных списках – 5 вузов из РФ в топ-100.
Международный	Семейство рейтингов QS, Великобритания	Первый рейтинг в 2004 году. В 2022 году прекратили сотрудничество с РФ, но вузы остались. Фокус на репутацию. Опросы ученых, преподавателей, студентов, работодателей со всего мира. В главном QS WUR-2025 — 47 вузов из РФ. Лидер — МГУ (94-е место). В топ-100 предметного QS WUR by Subject — 21 организация из РФ.

Продолжение Таблицы 1

Международный	Семейство рейтингов THE, Великобритания	Британское издание Times Higher Education. Собственный рейтинг с 2009 года (вышло из QS). Баланс в методологии. Всесторонняя оценка по блокам: образование, исследования, международная деятельность и трансфер научных знаний в практику по ежегодному доходу от продажи технологий бизнесу. С 2022 года вузы России представлены без подробных профилей и активных ссылок на сайты. В 2023 году — МГУ впервые вошел в топ-100, также отечественные вузы представлены в предметных рейтингах издания.
Международный	Рейтинг CWUR, ОАЭ	Center for World University Rankings — консалтинговая организация в области образования и науки. Фокус на объективные показатели. Без опросов, а с помощью подсчета количества главных мировых научных наград у преподавателей и по числу выпускников на руководящих постах в крупных компаниях. Наука составляет 40%. В топ-200 — МГУ, в топ-500 — 3 организации.
Международный	Рейтинги RUR, РФ	RA Round University Ranking. Первый отечественный рейтинг. Сегодня его база в Грузии. Фокус на финансовые показатели. Также публикует четыре узких рейтинга: по качеству преподавания, результатам исследований, международной деятельности, финансовой устойчивости (принимают во внимание объёмы дохода вуза на одного студента и преподавателя, соотношение числа научных публикаций и суммы, которая тратится на исследования). 76-е место — МГУ, 3 организации — в топ-200. По широким областям наук вузы РФ в 2023 году — 10 строчек в топ-100.
Международный	«Три миссии университета», РФ	Российский союз ректоров и Ассоциация составителей рейтингов (АСР). Учитывает: исследования, образование, роль в обществе, развитии своих регионов и отраслей. Не учитывает репутацию. Без проведения опросов. 154 вуза РФ в списке. В топ-100 — МГУ, СПбГУ, МФТИ. Доступ к данным с целью сравнения их между собой.
Международный	U.S. News, Best Global Universities Rankings, США	Медиакомпания U.S. News & World Report. Включает 2 репутационных показателя: оценка мировых ученых, в том числе регионального уровня, публикационная активность (баллы за монографии и доклады на конференциях). Представлено 27 вузов из РФ, в топ-300 — Южно-Уральский ГУ.
Внутрироссийские	Национальный рейтинг университетов «Интерфакса», РФ	Группа «Интерфакс». С 2009 года. Фокус на социальную среду и бренд вуза, инновации, образование, исследования. Возглавляет рейтинг МГУ. Топ-20 часто не меняется.
Внутрироссийский	RAEX-100, РФ	РА RAEX С 2012 года. Фокус — образование. Ключевые показатели: соотношения числа преподавателей и студентов, доля иностранных студентов, победы в олимпиадах, стоимость обучения. Отдельно выпускает совместный рейтинг с АСР по предметам, локальные (региональные) рейтинги.
Внутрироссийский	Лучшие российские вузы по версии Forbes	С 2018 года, журнал Forbes. Учитывается фактор Forbes. В частности, оцениваются выпускники, которые есть среди богатейших бизнесменов России и победители рейтинга «30 до 30».
Особый тематический	Webometrics, Испания	Оценка присутствия в интернете, прозрачности сайтов, открытости на других ресурсах в сети.
Особый тематический	Рейтинг результативности коммуникационных стратегий российских университетов, РФ	Линейка рейтингов. Проект «Социальный навигатор» МИА «Россия сегодня» и компания Brand Analytics. С 2023 года. Фокус на результат коммуникации по четырем блокам: вовлечённость аудитории на собственных ресурсах, представленность в научно-популярных СМИ, представленность в СМИ и соцмедиа, эффективность

Продолжение Таблицы 1

Особый тематический	Рейтинг медиаактивности Минобрнауки, РФ	С 2021 года. Фокус на популяризацию науки и вклад вуза в продвижение науки и образования. Экспертная оценка с привлечением СМИ, общественных организаций, вузов. Учитывается медиаактивность, в том числе на этот показатель обращает внимание «Интерфакс».
Особый тематический	Лейденский рейтинг, Нидерланды	CWTS Leiden Ranking. Строится на научных публикациях ученых вуза
Особый тематический	Nature Index Ranking, Великобритания	Строится на научных публикациях ученых вуза
Особый тематический	U-Multirank, ФРГ	Составляет Европейский центр развития высшего образования и ряд исследовательских институций. Это не совсем рейтинг, а система ранжирования по пяти направлениям: образование, исследования, международная деятельность, трансфер знаний, региональное развитие. Входят 9 вузов РФ.
Особый тематический	Рейтинг рекрутинговой платформы hh.ru, РФ	Фокус на оценку успешности выпускников на рынке труда.

Указанные в сводной таблице рейтинги вузов (как инструмент) повышают мотивацию при выборе абитуриентами университета, влияет на решение о продолжении обучения, а также стимулируют бизнес и компании из реального сектора экономики сотрудничать с вузом по разным направлениям деятельности образовательной организации.

Стоит отметить, что рейтинг — это информационный механизм, поддержка в формировании общественного мнения среди партнеров университетов по рынку. При этом с точки зрения экономического подхода центральной конструкцией для формирования мнения об организации является имидж. Как показывает практика и опросы студентов, вузы активно конкурируют между собой на уровне имиджа и репутации. Ранее мы указывали, что некоторые рейтинги в качестве отдельного показателя указывают имиджевую составляющую (коммуникационную составляющую) или публикуют отдельные тематические ранжированные списки вузов.

Исследование, проведенное автором на базе Университета ИТМО в 2021-2023 гг. среди обучающихся первого курса бакалавриата, магистратуры и аспирантуры показал устойчивость рейтинга как фактора влияния на выбор вуза. См. таблицу 2 [14, 15].

Таблица 2. Факторы влияния на выбор вуза [14, 15]

Критерий	Значение в исследовании			Среднее значение	Максимальное отклонение от среднего, %
	2021 г.	2022 г.	2023 г.		
Факторы влияния на выбор вуза					
Рейтинг вуза	62 %	58,8 %	51,4 %	57,40 %	6,00
Имидж вуза	70 %	51,4 %	47,0 %	56,13 %	-13,87
Возможность трудоустройства	48 %	36,4 %	34 %	39,47 %	-8,53
Местоположение вуза (город и место вуза в городе)	57 %	22,4 %	20 %	33,13 %	-23,87
Большой выбор образовательных программ и направлений	-	21,6 %	18,0 %	19,80 %	-1,80
Наличие бюджетных мест	-	17 %	30 %	23,50 %	6,50
Совет родителей	58 %	5,4 %	4,0 %	22,47 %	-35,53
Наличие военной кафедры	-	9,7 %	2,0 %	5,85 %	-3,85
Желание учиться в СПб	57 %	33,5 %	26,0 %	38,83 %	-18,17
Проходные баллы ЕГЭ или вступительных испытаний в вуз	-	8,2 %	11,0 %	9,60 %	1,40

Если учесть, что при значении генеральной совокупности первого исследования в 5231 человек и количестве принявших в анкетировании — 147 человек, предельная ошибка

выборки была 10,49%; для исследования 2022 года — 4707/352 человека соответственно, предельная ошибка выборки была 6,61%; при значении генеральной совокупности исследования 2023 года в 4495 человек и количестве принявших в анкетировании — 100 человек, предельная ошибка выборки — 12,76% [14, 15].

Кроме этого, аналогичное исследование, проведенное в СПбГЭУ в 2024 году, закрепило результат рейтинга как фактора влияния выбора на уровне 55,4%. При этом имидж вуза — 37,5% (значение генеральной совокупности — 4076, количество респондентов — 112 человек, предельная ошибка выборки — 9,13%). Рост предельной ошибки на 4,678 пункта в 2023 году и сохранение значения в 2024 г. допустим, так как наша основная цель — выявить тенденцию [14, 15].

На основании проведенного анализа можно согласиться с формулировкой понятия «мировой рейтинг» («глобальный рейтинг»). А именно: «это количественная и качественная оценка результативности инновационной, образовательной, научно-исследовательской, финансово-экономической, международной деятельности, основанная на согласованной методологии, признаваемая мировым академическим сообществом» [5].

Рейтинг вуза выполняет ряд ключевых функций: информационную (имиджеформирующую), мотивационную, когнитивную (закрепляется в памяти, становясь элементом репутации), экономическую (влияет на объем финансирования организации), стратегическую.

Рейтинг можно рассматривать как определенный механизм, инструмент с четкими индикаторами, позволяющими оценить эффективность работы вузов. При этом учитываются количественные и качественные характеристики, которые могут быть включены в программы развития организаций, имиджевой политики, учитывая интересы ключевых стейкхолдеров, в том числе, закрепляя на уровне менеджмента вуза принцип «человекоориентированного управления» с привлечением ESG-практик. Отметим, что вопрос создания отдельного тематического ESG-рейтинга в России обсуждается экспертами отрасли и РА RAEX с 2023 года.

Рейтинг — социальная технология для стимулирования, популяризации, выработки лояльности и оценки эффективности деятельности организаций высшего образования.

Рейтинг как социальная технология может стать ключевым инструментом для стимулирования, популяризации и выработки лояльности у целевых аудиторий — стейкхолдеров, получателей и трансляторов имиджа вуза.

Рейтинг влияет на информационное поле вуза, которое в процессе формирования становится доступным большому количеству стейкхолдеров. То есть оно перестает принадлежать только организации. Поэтому с целевыми аудиториями надо работать на ежедневной основе и в рамках сформированной имиджевой политики организации.

Литература

1. Лучинин В.В. Модель университета для нового технологического уклада. Университет человека и профессий будущего // Инновации. 2019. №10 (252). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/model-universiteta-dlya-novogo-tehnologicheskogo-uklada-universitet-cheloveka-i-professiy-buduschego> (дата обращения: 20.08.2024).
2. Эбзеева Ю.Н. Международный рейтинг современного университета как механизм управления развитием образовательной системы: диссертация на соискание ученой степени доктора социологических наук: 5.4.7. Социология управления (социологические науки). — РУДН им. Патриса Лумумбы, Москва, 2023 — 287 с.
3. Фадеев А.С., Змеев О.А., Газизов Т.Т. Модель университета 4.0 // Ped.Rev.. 2020. №2 (30). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/model-universiteta-4-0> (дата обращения: 20.08.2024).
4. Шалаев В.С. Рейтинг как инструмент управления вузом // Вестник МГУЛ – Лесной вестник. 2008. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rejting-kak-instrument-upravleniya-vuzom> (дата обращения: 20.08.2024).
5. Юдина В.А., Бондаренко В.В., Танина М.А. Развитие методологии формирования международных рейтингов в условиях глобализации мирового образовательного пространства // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2022. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-metodologii-formirovaniya-mezhdunarodnyh-rejtingov-v-usloviyah-globalizatsii-mirovogo-obrazovatel'nogo-prostranstva> (дата обращения: 20.08.2024).

6. Ефимова И.Н., Маковейчук А.В. Рейтинг и бренд вуза как инструменты реализации политики менеджмента качества системы высшего образования // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление. 2016. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rejting-i-brend-vuza-kak-instrumenty-realizatsii-politiki-menedzhmenta-kachestva-sistemy-vysshego-obrazovaniya> (дата обращения: 20.08.2024).
7. Ягудина Л.Р., Ягудин И.И. Эффективность рейтингов университетов: реализация информационной и мотивационной функций // Высшее образование в России. 2016. №11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-rejtingov-universitetov-realizatsiya-informatsionnoy-i-motivatsionnoy-funktsiy> (дата обращения: 20.08.2024).
8. Новгородов П.А. Эффективность деятельности вузов: от мониторинга и рейтингов к оценке интеллектуального капитала // Управленец. 2018. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-deyatelnosti-vuzov-ot-monitoringa-i-rejtingov-k-otsenke-intellektualnogo-kapitala> (дата обращения: 20.08.2024).
9. Эбзеева Ю.Н. Рейтинг университета как элемент аттрактивности для потенциальных абитуриентов // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2023. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rejting-universiteta-kak-element-attraktivnosti-dlya-potentsialnyh-abiturientov> (дата обращения: 20.08.2024).
10. Чугунов В.К., Николаева А.Б., Юдина С.В. Ориентиры, ожидания и факторы принятия решения о поступлении в вуз // Вестн. Том. гос. ун-та. Экономика. 2024. №65. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/orientiry-ozhidaniya-i-factory-prinyatiya-resheniya-o-postuplenii-v-vuz> (дата обращения: 20.08.2024).
11. Троцук И.В. Рейтинг вузов: идеология и методология составления (российская практика) // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2009. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rejting-vuzov-ideologiya-i-metodologiya-sostavleniya-rossiyskaya-praktika> (дата обращения: 20.08.2024).
12. Бобракова Л.С. Проблемы применения рейтингового подхода в управлении конкурентоспособностью вузов // Journal of Monetary Economics and Management. 2024. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemu-primeneniya-rejtingovogo-podhoda-v-upravlenii-konkurentosposobnostyu-vuzov> (дата обращения: 20.08.2024).
13. Ключарев Г.А., Неверов А.В. Проект «5-100»: некоторые промежуточные итоги // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2018. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/proekt-5-100-nekotorye-promezhutochnye-itogi> (дата обращения: 20.08.2024).
14. Шадрин А.А. Социологические аспекты формирования имиджа ВУЗа // Новые императивы устойчивого развития социально-экономической системы. – 2022. – С. 319-324.
15. Гильдингерш М. Г., Шадрин А. А. Социальный портрет студента университета как основа стратегического планирования имиджевой политики // KANT: Social science & Humanities. – 2023. – №. 3 (15). – С. 87-95.
16. Пономаренко Е.В. Новые модели развития университетов в мире в условиях цифровой революции. Теоретические и практические подходы // Государственная служба. 2017. №6 (110). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-modeli-razvitiya-universitetov-v-mire-v-usloviyah-tsifrovoy-revoljutsii-teoreticheskie-i-prakticheskie-podhody> (дата обращения: 20.08.2024).
17. Балацкий Е.В., Екимова Н.А. Сравнительная надежность глобальных рейтингов университетов. Журнал Новой экономической ассоциации. 2011;(11):127–142.
18. Борисова И.И. Рейтинг как инструмент повышения конкурентоспособности вузов: учебно-методическая разработка. Н. Новгород: Изд-во Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; 2012.
19. Штырно Д.А. О значимости для вуза международных рейтингов. Человеческий капитал и профессиональное образование. 2014;3(11):75–80.
20. В каких рейтингах искать лучшие российские вузы. Skillbox Media, 2021 [Электронный ресурс]. – URL: <https://skillbox.ru/media/education/kakie-byvaut-rejtingi-vuzov/> (дата обращения: 20.08.2024).
21. Десять участников Проекта 5-100 вошли в мировой топ-100 предметных и отраслевых рейтингов QS, Новости образования в НИУ ВШЭ, 2021[Электронный ресурс]. – URL: <https://www.hse.ru/news/edu/448685786.html>
22. Habicht H. Universität und Image: Entwicklung und Erprobung eines stakeholderorientierten Erhebungsinstrumentariums. – 2009.
23. Honecker P. Image- und Reputationsmanagement als strategischer Prozess // International Journal of Education. – Т. 15. – С. 6.

Д.А. Багдасарян

ОЦЕНКА И РЕГУЛИРОВАНИЕ ПОСЛЕДСТВИЙ ВНЕДРЕНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ

D. Bagdasaryan. Assessment of negative consequences of the introduction of artificial intelligence and management of emerging social risks

Аннотация. В статье рассматриваются негативные последствия внедрения искусственного интеллекта (ИИ) и методы управления возникающими социальными рисками. Анализируются этические, экономические, социальные, культурные, политические и правовые аспекты воздействия ИИ. Описаны количественные и качественные методы оценки рисков, а также стратегии смягчения последствий, включая переподготовку работников, законодательные инициативы и просветительские кампании. Рассматриваются международные стандарты и примеры регулирования рисков ИИ.

Ключевые слова: искусственный интеллект; социальные риски; риск-менеджмент; регулирование ИИ.

Контактная информация: 193023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д.21; тел.: (909) 583-25-46; e-mail: bagdasaryan.di@gmail.com

Abstract. The article considers the negative consequences of the introduction of artificial intelligence (AI) and methods of managing the resulting social risks. Ethical, economic, social, cultural, political and legal aspects of the impact of AI are analysed. Quantitative and qualitative methods of risk assessment are described, as well as mitigation strategies, including worker retraining, legislative initiatives and awareness campaigns. International standards and examples of AI risk management are reviewed.

Keywords: artificial intelligence; social risks; risk management; AI regulation.

Contact information: 21 Sadovaya street, Saint-Petersburg, 193023; тел.: (909) 583-25-46; e-mail: bagdasaryan.di@gmail.com

В настоящее время искусственный интеллект (ИИ) обладает потенциалом для значительного улучшения качества жизни, экономического развития и научных достижений. Однако неконтролируемое внедрение ИИ может привести к серьезным социальным и экономическим последствиям, таким как увеличение безработицы, усиление неравенства, нарушение прав человека и другим проблемам. В связи с этим, мы считаем актуальным проанализировать существующие стратегии и подходы к оценке и минимизации негативных последствий ИИ, а также оценить эффективность текущих методов управления социальными рисками и их потенциал для масштабирования.

Трансформация жизнедеятельности общества, в частности, и повсеместное внедрение ИИ, является причиной роста социальных рисков, опасностей и угроз, которые могут оказать деструктивное воздействие на процессы производства, взаимодействие между людьми, их социальную защищенность и т. д. [1]. В целом все риски можно разделить на три группы, в зависимости от объектов воздействия: техно-экономические (воздействуют на бизнес-структуры, государственные учреждения, органы государственной власти), информационно-технологические (воздействуют на личность, социальные группы, бизнес-структуры, органы

Багдасарян Диана Арцруновна – аспирант кафедры социологии и управления персоналом Санкт-Петербургского государственного экономического университета

D. Bagdasaryan – Post-graduate student of Sociology and Human Resource Management Department of Saint-Petersburg State Economic University

© Багдасарян Д.А., 2024

государственной власти, институты гражданского общества) и социальные риски (личность, социальные группы, социальные институты общества) [1].

Описанные группы рисков могут привести к положительным и негативным последствиям, однако в рамках данной статьи мы уделяем внимание только негативным эффектам. Можно выделить четыре группы негативных последствий внедрения ИИ (см. табл. 1). Первая – этические проблемы, например, связанные с дискриминацией и предвзятостью алгоритмов, а также прозрачностью и объяснимостью решений ИИ. Вторая группа – экономические последствия, например, замещение рабочих мест роботами и вызванная этим безработица. Также к этой группе можно отнести возникновение экономического неравенства и неравномерную концентрацию богатства. К третьей группе мы относим социальные и культурные последствия, такие как влияние на социальное взаимодействие и межличностные отношения и культурные изменения и потери традиционных ценностей. К последней, четвертой группе, мы относим политические и правовые последствия внедрения ИИ: вопросы ответственности и подотчетности, а также правовое регулирование ИИ [7].

Таблица 1. Группы негативных последствий внедрения ИИ

Группа негативных последствий	Содержательные характеристики негативных последствий
Этические последствия	<ul style="list-style-type: none"> – социальная и расовая дискриминация – предвзятость алгоритмов – отсутствие прозрачности и объяснимости решений ИИ – нарушение конфиденциальности в процессе сбора и анализа big data – нарушение прав на конфиденциальность во время отслеживания и идентификации людей – потеря контроля и доверия в принятии решений автономных систем – подрыв способности принятия людьми самостоятельных и осознанных решений – уменьшение прямых социальных контактов и усиление социальной изоляции из-за увеличения использования ИИ – вопрос ответственности за ошибки или вред, причиненный ИИ-технологиями
Экономические последствия	<ul style="list-style-type: none"> – замещение рабочих мест, уменьшение спроса на определенные виды работы и безработица – усиление разрыва между богатыми и бедными – отстранение стран от выгод, связанных с ИИ, из-за ограниченного доступа к технологиям или недостаточной подготовленности – концентрация экономической власти в руках тех, кто владеет и контролирует ИИ – экономические потери из-за кибератак – неопределенность и риски для инвесторов и бизнеса в связи с быстрым развитием ИИ и его внедрением – негативное влияние на экологию из-за большой энергоемкости
Социальные и культурные последствия [2]	<ul style="list-style-type: none"> – уменьшение личной коммуникации и социальных воздействий лицом к лицу – склонность людей к ограничению социальных взаимодействий – культурная гомогенизация и глобальная ассимиляция вследствие распространения глобальных культурных норм и стандартов – изменение культурных практик, как люди воспринимают, практикуют и передают культурные нормы и традиции – укрепление уже существующих предубеждений и стереотипов в обществе – поляризация общества [12] – манипулирование общественным мнением
Политические и правовые последствия	<ul style="list-style-type: none"> – создание фейковых новостей и влияние на общественное мнение в политических процессах – использование ИИ для усиления контроля над гражданами, мониторинга их действий и подавления политических оппозиций – способствование введению алгоритмического влияния на принятие политических решений, что может привести к коррупции и несправедливости в распределении ресурсов и власти – юридическая неопределенность

Далее рассмотрим методы оценки негативных последствий внедрения ИИ, которая направлена на выявление потенциальных негативных последствий внедрения ИИ, включая экономические, социальные, культурные, политические и правовые аспекты. К методам оценки относятся количественные и качественные методы.

Количественные методы оценки включают в себя использование статистических данных и моделей для анализа негативных последствий внедрения ИИ. В данном методе мы выделили два подхода: статистический анализ и эконометрические модели. Подход статистического анализа предполагает три метода работы с информацией: сбор данных, анализ тенденций и прогнозирование.

Качественные методы фокусируются на сборе и анализе качественной информации, которая может дать глубокое понимание социальных и культурных аспектов негативных последствий ИИ. К ним относятся интервью и организация фокус-групп.

На наш взгляд, для наиболее эффективного анализа следует использовать и количественные подходы, и качественные, так как они взаимно дополняют друг друга и позволяют получить более полное представление о негативных последствиях внедрения ИИ.

После того, как был проведен анализ последствий, можно понять масштаб и характер рисков, связанных с внедрением ИИ, что позволяет информировать процесс принятия решений и разработки стратегий управления этими рисками. Для управления ими требуется комплексный подход, включающий стратегии смягчения последствий, регулирование и законодательные инициативы, а также работа с общественным сознанием и образованием (см. табл. 2).

Таблица 2. Способы управления социальными рисками, возникающими при внедрении ИИ

Название способа	Содержательная характеристика
Стратегии смягчения последствий	
Развитие навыков и переподготовка работников	<ul style="list-style-type: none"> – Разработка и финансирование программ переквалификации и повышения квалификации для работников, чьи профессии станут излишними из-за автоматизации – Введение социальных гарантий, таких как компенсации и поддержка для работников, переходящих на новые рабочие места или претерпевающих профессиональную переориентацию
Создание новых рабочих мест в смежных отраслях	<ul style="list-style-type: none"> – Поддержка и стимулирование развития новых технологий и отраслей, которые могут создать рабочие места – Направление инвестиций в секторы, требующие человеческого труда и предполагающие высокие интеллектуальные или креативные способности, которые трудно заменить автоматизацией
Регулирование и законодательные инициативы	
Разработка и внедрение этических норм и стандартов	<ul style="list-style-type: none"> – Разработка этических норм и стандартов для проектирования и использования ИИ, включая принципы справедливости, прозрачности и ответственности – Аудит и сертификация ИИ-систем для проверки соответствия этическим стандартам и соблюдения законодательства
Законодательные меры и международное сотрудничество	<ul style="list-style-type: none"> – Принятие законодательства, направленного на регулирование использования ИИ, включая защиту данных, приватность и предотвращение дискриминации – Содействие международным стандартам и нормативам в области ИИ для обеспечения консистентности и эффективности правового регулирования
Работа с общественным сознанием и образованием	
Просветительские кампании и повышение общественной осведомленности	<ul style="list-style-type: none"> – Проведение информационных кампаний для общественности о том, как ИИ влияет на их жизнь, права и свободы – Организация открытых дискуссий и консультаций с общественностью для обсуждения этических и правовых вопросов, связанных с использованием ИИ
Образовательные программы по ИИ и цифровой грамотности	<ul style="list-style-type: none"> – Введение образовательных программ по ИИ и цифровой грамотности в школьные и университетские курсы – Подготовка специалистов и руководителей с пониманием этических и правовых аспектов ИИ

Рассмотрим примеры в каждой из групп способов управления социальными рисками, возникающими при внедрении ИИ.

Примеры стратегии смягчения последствий внедрения ИИ можно найти в инициативах по переподготовке и поддержке работников. Так, канадская организация Future Skills Centre финансирует и проводит исследования, направленные на понимание будущих потребностей в навыках и разработку программ обучения для работников. Целью программ является подготовка и переквалификация трудовых ресурсов для того, чтобы они могли успешно адаптироваться к изменениям на рынке труда, включая автоматизацию и внедрение новых технологий, включая ИИ.

В России данная стратегия реализуется программами повышения квалификации и формирования новых профессиональных навыков. Благодаря государственной программе «Содействие занятости населения» граждане могут пройти первичное тестирование, получить поддержку психолога, возможность переобучения по востребованным у работодателей профессиям, обрести уверенность в себе, а также навыки самопрезентации. Кроме того, участники программы заключают договор с будущим работодателем, которого подбирают также во время профориентации. В 2023 году новые знания получили более 850 тыс. человек, 80% из них трудоустроены [4].

Регулирование ИИ и законодательные инициативы активно внедряются во всем мире. Так, Международная организация по стандартизации (ISO) разработала два знаковых стандарта: ISO 42001 и ISO / IEC 23894, обновляемых каждый год [9]. ISO 42001 охватывает более широкие вопросы управления ИИ: рекомендации по созданию, внедрению, обслуживанию и совершенствованию системы управления ИИ, в том числе и вопросы риск-менеджмента. В то же время в ISO / IEC 23894 («ИИ – управление рисками») уделяется особое внимание управлению рисками ИИ. В стандарте признается, что, хотя ИИ разделяет некоторые риски с традиционными программными системами (например, уязвимости в системе безопасности), он также создает уникальные риски.

В стандарте ISO / IEC 23894 предложены следующие способы управления рисками (см. табл. 3). Важно отметить, что документ требует от компаний регулярного пересмотра и обновления своих оценок рисков, которые будут появляться в большем объеме.

Таблица 3. Способы регулирования рисков внедрения ИИ согласно стандарту ISO / IEC 23894

Риск ИИ	Способы регулирования
Предвзятость алгоритмов	<ul style="list-style-type: none"> – Оценка данных компании, на которых обучается их ИИ, на предмет исторических искажений – Использование разнообразных наборов данных – Регулярное тестирование модели на достоверность для различных демографических групп
Проблема «черного ящика»	<ul style="list-style-type: none"> – Использование <i>объяснимого ИИ</i> (XAI, explainable AI – системы, способные о объяснять свои действия и принимать решения понятным для людей образом [15]) – Использование <i>локальных интерпретируемых объяснений</i>, не зависящих от модели (LIME, Local Interpretable Model-agnostic Explanations) – Использование <i>аддитивных объяснений Шепли</i> (SHAP, SHapley Additive exPlanations – метод интерпретации машинного обучения, который объясняет вклад каждого признака в предсказание конкретного наблюдения [13])
Конфиденциальность данных	<ul style="list-style-type: none"> – Применение методов повышения конфиденциальности: <i>дифференциальная приватность</i> (DP, differential privacy – метод, обеспечивающий точные запросы в статистическую базу данных при одновременной минимизации идентификации записей в ней [6]), <i>федеративное обучение</i> (federated learning – заключение модели в защищенную среду и ее обучение без перемещения данных куда-либо [14]) и <i>гомоморфное шифрование</i> (FHE – Fully Homomorphic Encryption, вычисление на зашифрованных данных без их дешифровки [11]) – Применение принципа минимизации данных (сбор и хранение только тех данных, которые необходимы для достижения целей использования ИИ)

Продолжение Таблицы 3

Автономность взаимодействия физическим миром	и с	<ul style="list-style-type: none"> – Использование формальной верификации (formal verification – доказательство с использованием математических методов корректности программного обеспечения [9]) – Использование сценарного тестирования (scenario-based testing) – Информирование о том, что программа или устройство с ИИ имеет системные ограничения и требует надзора человека)
--	-----	--

Законодательные инициативы в области ИИ активно обсуждаются на уровне правительств во многих странах. Так, Европейский парламент и Европейский совет согласовали положения Закона об искусственном интеллекте (AI Act), в основе которого – риск-ориентированный подход. Из основных положений можно выделить следующие: градация систем ИИ по уровню риска, запрет вредоносных систем ИИ, регистрация высокорисковых систем ИИ в европейской базе данных до ввода в эксплуатацию, создание Управления по ИИ для развития стандартов и тестирования, установление штрафов за нарушение правил, создание «регуляторной песочницы».

В то же время в США 30 октября 2023 г. принят Указ о безопасном, надежном и заслуживающем доверия ИИ со следующими основными положениями: необходимость сообщать правительству США информацию о результатах тестирования безопасности систем ИИ, разработка стандартов, повышение безопасности персональных данных, запуск Национального ресурса исследований в области ИИ, усиление международного сотрудничества.

В Китае 10 июля 2023 г. приняты Временные меры по управлению генеративными системами ИИ. Основными положениями документа являются: соответствие систем ИИ социалистическим ценностям, ответственность разработчиков за генерируемый контент, сотрудничество между различными организациями в сфере ИИ, укрепление международного сотрудничества, создание механизма подачи обратной связи.

В России рекомендации по управлению рисками ИИ обозначены в Кодексе этики искусственного интеллекта [3]. Так, компаниям, использующим системы ИИ, рекомендовано проводить оценку потенциальных рисков применения ИИ, в том числе – с помощью независимого аудита, и выработать соответствующие методики оценки рисков. Кроме того, в документе отмечено, что решения в области применения ИИ должно сопровождаться научно выверенным, междисциплинарным прогнозированием социально-экономических последствий и рисков, изучением возможных изменений в ценностно-культурной парадигме развития общества с учетом национальных приоритетов.

Помимо кодекса в России приняты законы, связанные с регулированием использования ИИ-технологий. Так, 9 июля 2024 г. в России введена ответственность за причинение вреда при использовании решений с ИИ. Этот шаг стал результатом внесения поправок в Федеральный закон «Об экспериментальных правовых режимах в сфере цифровых инноваций в Российской Федерации» [6]. По новым положениям закона предусмотрено страхование рисков, возникающих при использовании технологий ИИ, что обеспечивает дополнительную защиту для граждан и юридических лиц.

Также 26 июля 2024 г. Совет по правам человека при президенте РФ и Минцифры России сообщили о совместной инициативе по разработке правил и ограничений использования ИИ в здравоохранении, образовании, судопроизводстве, транспорте, сфере безопасности и психологической помощи [4].

Одним из примеров работы с общественным сознанием является американская программа по развитию цифровой грамотности Digital Equity. В рамках программы создаются курсы по ИИ-грамотности, лаборатории и онлайн-платформы, которые облегчают обучение в области ИИ. Программа развивается в рамках законопроекта AI Literacy Act, который поддерживает широкий круг образовательных ассоциаций и организаций, например

Американская федерация учителей, ETC, Intel, объединение TeachAI, Университет штата Делавэр и другие.

В России программы цифровой грамотности реализуются и государством, и частными организациями. Так, в январе 2024 г. «Яндекс Практикум» запустил бесплатную программу «Цифровая грамотность и безопасность в интернете», в которой можно узнать больше об ИИ, безопасном поиске, работе с онлайн-сервисами, использовании нейросетей и облачных хранилищ.

Таким образом, внедрение ИИ существенно трансформирует различные аспекты общества, создавая серьезные риски. Негативные последствия внедрения ИИ могут проявляться в нескольких сферах: от экономических проблем, связанных с автоматизацией рабочих мест, до социальных и этических вызовов, таких как нарушение прав человека и углубление неравенства. Понимание и управление этими рисками требует междисциплинарного подхода, сочетающего научные исследования, этическую оценку и политическое регулирование.

Экономические последствия, такие как сокращение рабочих мест в ряде отраслей и рост неравенства, требуют активного вмешательства государства, включая разработку программ переподготовки и поддержки работников. Этические и социальные последствия требуют создания четких нормативных стандартов, которые бы регулировали использование ИИ и обеспечивали защиту прав человека и социальных норм. Важную роль в этом процессе играет просвещение общества и повышение уровня цифровой грамотности, что способствует более осознанному и ответственному использованию технологий.

Кроме того, эффективное управление социальными рисками требует международного сотрудничества и разработки глобальных стандартов в области ИИ. Координация усилий на международном уровне позволит создать более согласованную и эффективную систему регулирования, которая будет учитывать интересы всех сторон и способствовать справедливому распределению выгод и рисков, связанных с ИИ.

Таким образом, успешное управление последствиями внедрения ИИ должно опираться на комплексный подход, включающий развитие образовательных инициатив, законодательное регулирование и международное сотрудничество. Только в этом случае можно будет минимизировать негативные последствия и максимально использовать потенциал ИИ для блага общества.

Литература

1. Бразевич С.С. Влияние процессов цифровизации на систему управления социальной безопасностью российского социума / С.С. Бразевич, Я.А. Маргулян, Д.А. Багдасарян // Теория и практика общественного развития. – 2023. – № 11(187). – С. 25-32.
2. Григорьева П. А., Гаев Л. В. Культурное влияние искусственного интеллекта // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2024. – №. 6-4 (93). – С. 41-43.
3. Кодекс этики в сфере ИИ. Альянс в сфере искусственного интеллекта, 2024 [Электронный ресурс]. – URL: <https://ethics.a-ai.ru> (дата обращения: 05.08.2024).
4. Содействие занятости. Национальные проекты России, 2024 [Электронный ресурс]. – URL: https://xn--80aarpmpemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/projects/demografiya/sodeystvie_zanyatosti/ (дата обращения: 05.08.2024).
5. СПЧ и Минцифры договорились выработать правила использования ИИ. РИА Новости, 2024 [Электронный ресурс]. – URL: <https://ria.ru/20240726/tekhnologii-1962282139.html> (дата обращения: 05.08.2024).
6. Федеральный закон от 8 июля 2024 г. N 169-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон «Об экспериментальных правовых режимах в сфере цифровых инноваций в Российской Федерации». Российская газета, 2024 [Электронный ресурс]. – URL: <https://rg.ru/documents/2024/07/12/o-vnesenii-izmeneniy-v-federalniy-zakon-dok.html> (дата обращения: 05.08.2024).
7. Что такое дифференциальная приватность? Хабр, 2016 [Электронный ресурс]. – URL: <https://habr.com/ru/articles/395313> (дата обращения: 05.08.2024).
8. Шваб К. Четвертая промышленная революция / К. Шваб // Москва, «Эксмо», 2016. – 138 с.
9. A Gentle Introduction to Formal Verification. Systemverilog, 2024 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.systemverilog.io/verification/gentle-introduction-to-formal-verification/> (дата обращения: 05.08.2024).

10. Beyond ISO 42001: The Role of ISO/IEC 23894 in AI Risk Management. Medium, 2024 [Электронный ресурс]. – URL: <https://medium.com/@mukherjee.amitav/beyond-iso-42001-the-role-of-iso-iec-23894-in-ai-risk-management-7c4f3036544f> (дата обращения: 05.08.2024).

11. Federated Learning meets Homomorphic Encryption. IBM, 2024 [Электронный ресурс]. – URL: <https://research.ibm.com/blog/federated-learning-homomorphic-encryption> (дата обращения: 05.08.2024).

12. Levy R. Social media, news consumption, and polarization: Evidence from a field experiment // American economic review. – 2021. – Т. 111. – №. 3. – С. 831-870.

13. Ribeiro M. T. Why should I trust you? Explaining the predictions of any classifier / Ribeiro M. T., Singh S., Guestrin C. // Proceedings of the 22nd ACM SIGKDD international conference on knowledge discovery and data mining. – 2016. – С. 1135-1144.

14. Trask A. W. Grokking deep learning. Simon and Schuster, 2019.

15. What is explainable AI? IBM, 2024 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.ibm.com/topics/explainable-ai> (дата обращения: 05.08.2024).

Школа молодых исследователей

DOI: 10.24412/1994-3776-2024-3-186-194

УДК: 332.14

А.О. Федоровский

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА SMART CITY BERLIN КАК ПРИМЕР ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННО- ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМ ГОРОДОМ

A. Fedorovskiy. The implementation of the Smart City Berlin project as an example of effective management of an innovative and attractive city

Аннотация. Статья рассматривает проект Smart City Berlin как пример успешного управления городом с помощью инновационных технологий. Берлин активно внедряет цифровые решения, улучшая качество жизни, устойчивое развитие и решая городские проблемы. Примеры инициатив показывают, как город справляется с вызовами в сферах транспорта, экологии и социальных услуг. Важной особенностью является система, активно включающая граждан в управление городом. Успех Берлина подтверждается высокими позициями в мировых рейтингах, подчеркивая его роль как ведущего инновационного центра.

Ключевые слова: Умный город, Берлин, Германия, эффективное управление, цифровизации, устойчивое развитие, привлекательность города, технологии управления.

Abstract. The article considers the Smart City Berlin project as an example of successful city management using innovative technologies. Berlin is actively implementing digital solutions, improving the quality of life, sustainable development and solving urban problems. Examples of initiatives show how the city copes with challenges in the fields of transport, ecology and social services. An important feature is the system that actively involves citizens in the management of the city. Berlin's success is confirmed by its high positions in world rankings, emphasizing its role as a leading innovation center.

Keywords: Smart city, Berlin, Germany, effective management, digitalization, sustainable development, attractiveness of the city, management technologies.

Федоровский Арсений Олегович – магистрант Национального исследовательского университета «Высшая Школа Экономики»

A. Fedorovskiy – master's student of Higher School of Economics

© Федоровский А.О., 2024

Контактные данные: 117624, г. Москва, ул. Изюмская, д. 26, +79853197640, e-mail: arseniy.fedorovskiy@mail.ru
Contact information: 26 Izumskaya str., Moscow, +79853197640, e-mail: arseniy.fedorovskiy@mail.ru

Для современного мира характерна тенденция роста числа городов, внедряющих «smart (умные) технологии». Подобная тенденция вызвана динамически развивающимися информационными и коммуникационными технологиями, в особенности технологиями big-data («большие данные»), которые позволили осуществлять моментальный сбор, обработку информации и ее преобразование в цифровые данные в любой сфере городской инфраструктуры, в том числе в дорожной системе, телекоммуникациях, здравоохранении, образовании и так далее.

На данный момент в мировой практике отсутствует однозначное определение «умного города». Среди сформулированных на сегодняшний день, по меньшей мере, 20 определений, среди которых можно выделить такие точки зрения как:

- Город, который ориентирован на развитие всех вместе взятых аспектов «умной промышленности» путем, которые включают в себя информационные и коммуникационные технологии в экономике, политике, жизни людей, социальной мобильности и так далее, путем сочетания способностей и деятельности решительных, независимых и осведомленных граждан (*Centre of Regional Science – Региональный научный центр, Vienna, Вена, UT, 2007* [11]);

- Город, в котором цифровые технологии встроены во все городские функции (*Smart Cities Council – Совет по умным городам, 2014* [5]);

- Город, в котором в настоящее время тестируют интеграцию решений в области информации, коммуникаций и технологий в трех и более функциональных областях города (*IHS Technology* [8]);

- Город, который предполагает использование умных технологий в таких областях, как: управление, энергетика, строительство, мобильность, инфраструктура, здравоохранение, технологичность, а также категория «умный гражданин» (*Sarwant Singh, Futurist and Industry Thought Leader, 2014* [9]);

- Городской район, который обеспечивает устойчивое экономическое развитие и высокое качество жизни за счет превосходства во многих ключевых областях; экономика, мобильность, окружающая среда, люди, условия жизни и управление (*Business Dictionary – Деловой словарь* [10]);

- Инновационный город, использующий информационно коммуникационные технологии (ИКТ) и другие средства для повышения уровня жизни, эффективности деятельности и услуг в городах, а также конкурентоспособности при обеспечении удовлетворения потребностей настоящего и будущих поколений в экономических, социальных, культурных и природоохранных аспектах (*Экономический и Социальный совет ООН* [3]).

Важно понимать, что различают два подхода к формализации понятия – технологический, который обращает внимание на технологическое развитие, и комплексный, который акцентирует внимание на экономическое, управленческое и социальное развитие.

На основании представленных точек зрения можно сформулировать *авторское определение*, по которому Smart City – город, который ориентирован на интегрирование цифровых, информационно-коммуникационных, облачных технологий и искусственного интеллекта во все сферы городского развития (экономика, управление, здравоохранение, мобильность и так далее) с целью максимизации качества жизни граждан.

Важной особенностью деятельности «умных» городов является уникальное эффективное модернизированное управление [2]. Так, например, в последние годы были предложены *модели тройной спирали* (сотрудничество государственного сектора, академической

научной структуры и промышленности), *четвертной спирали* (сотрудничество и постоянная коммуникация заинтересованных сторон, а именно граждан, местных органов власти, промышленности и научно-исследовательских центров), центр городского дизайна (наибольшее значение в ней придается гражданам города, которые в рамках существующей платформы «центр городского дизайна» могут обмениваться данными с представителями местных органов, промышленности и научной среды) и другие.

Согласно исследованию Венского технического университета о Европейской модели умного города от 2007 года [11], описание эффективности концепции Smart City возможно путем использования определенной структуры, где с помощью 74 индикаторов (показателей) описывается 31 фактор, которые прямым образом формируют 6 основных характеристик «умного города». Фактор выявляется на основе 1-4 показателей, отражающих местные, региональные и национальные данные.

В результате, выявляются 6 факторов, среди которых:

- *smart economy*, или интеллектуальная экономика, фактор конкурентоспособности (предпринимательство, производительность, гибкость рынка труда, экономический имидж и так далее);

- *smart people*, или социальный и человеческий капитал (участие в общественной жизни, космополитизм, социальный и этнический плюрализм, склонность к постоянному обучению, сознательность, уровень квалификации и так далее);

- *smart government*, интеллектуальное управление (прозрачное управление, уровень участия граждан, государственных и социальных служб в реализации политических стратегий и перспектив);

- *smart mobility*, интеллектуальная мобильность (локальные возможности, международная транспортная доступность, доступность информационно-коммуникационных технологий, использование устойчивых, инновационных и безопасных транспортных систем);

- *smart environment*, интеллектуальная среда (привлекательность природных условий, уровень загрязнения и показатель защиты окружающей среды, устойчивое управление ресурсами);

- *smart living*, или качество жизни (количество культурных объектов, уровень здравоохранения, индивидуальная безопасность, качество жилья, туристическая привлекательность, уровень образовательной системы, социальная сплоченность).

Кроме того, если говорить об основных направлениях развития устойчивого развития «умного города», то можно выделить 10 подобных направлений. Среди них: качество жизни, «зеленый» паспорт, устойчивое развитие, пешеходная доступность, плотность застройки в центре и на окраине и так далее.

Одним из городов, активно развивающих подобные технологии, является столица Федеративной Республики Германия – Берлин. Несмотря на высокие показатели в рейтингах привлекательности и качества жизни в городе, Берлин рассматривает приоритетным сохранение и повышение технологического развития в будущем. Это связано в первую очередь с необходимостью преодоления возможных рисков в демографической, экономической, климатической и иных сферах в будущем как внутри интересующего региона, так и во всей стране в целом.

Берлин достиг достаточно большого успеха в сфере развития стратегии «умного города». Подтверждением этого является информация, зафиксированная, например, в отчете Smart City Index Института развития менеджмента (IMD) в Швейцарии. По данным отчета [12], Берлин в 2024 году занимает 37 место в рейтинге городов мира, развивающих «умные технологии». При этом одними из связующих предпосылок роста интереса к развитию нововведений в рамках концепции развития «умного города» стали именно социальные вызовы города, среди которых, например, возросший спрос на жилье ввиду Миграционного

кризиса в 2015 году в Европе, рост требований к жилищной инфраструктуре, электроснабжению, безопасности, проблемы с передвижением на личном транспорте из-за пробок, безработица, экологический вопрос вокруг загрязнения воздуха и другие.

Выигрышное положение города определяется его положением в различных рейтингах городов, среди которых, например, HSE Global Cities Innovation Index [1], по которому Берлин занимает лидирующие места по таким критериям, как технологическое развитие, креативные индустрии и организация городской среды, в том числе ее доступность, возможность ведения бизнеса, мобильность, осуществления безопасности, экология и так далее.

По рейтингу Euromonitor International's Top 100 City Destinations [6], который учитывает экономическую эффективность, развитие туристической инфраструктуры и туристической политики в целом, устойчивое развитие, безопасность и здоровье граждан, Берлин занимает 6 место. На основании рейтинга Quality of Life Index by City 2024, в который включается индекс качества жизни, покупательной способности, безопасности, здравоохранения, стоимости жизни, загрязнения, климатической ситуации, индекс времени, потраченного на передвижение между объектами, Берлин также занимает одно из лидирующих мест среди городов мира.

Подобное выигрышное положение города практически во всех рейтингах привлекает огромное количество специалистов, в том числе и из сферы IT, в Берлин, где для таких людей предлагается достаточно высокая заработная плата (30 место в рейтинге городов, около 3000 евро в месяц по данным базы данных о стоимости и о качестве жизни Numbeo по данным за 2023 год), а стоимостный показатель жизни не представляется таким высоким, как в ряде других городов Германии, таких как Мюнхен или Гамбург.

Однако, в то же время согласно рейтингу Internations [15], Берлин предлагает достаточно сложные условия для старта карьеры. Так, из 50 рассмотренных в рейтинге городов Берлин занимает одно из последних мест.

Более того, был проведен Internations был проведен и опрос параллельно с составлением подобного рейтинга, согласно которому было выявлено, что 78% трудно найти работу в Берлине. Таким образом, можно сделать вывод о том, что положительный экономический потенциал, сформированный у Берлина, вызывает достаточно большую конкуренцию, которая создает проблемы для переселенцев и лишь ограниченное число привлекаемых специалистов находят здесь работу без трудностей.

В связи с перечисленными выше факторами социально-экономического положения Берлина в 2015 году Департаментом Сената по Городскому развитию и окружающей среде была одобрена стратегия Smart City Berlin [13] – 2015 год 44 стр. Данная концепция предназначена для расширения и обеспечения будущей устойчивости Берлина к 2030 году. Подход «умного города» на примере Берлина направлен на поиск решений, с вызовами, с которыми сталкивается Берлин, в том числе с помощью использования и внедрения интеллектуальных технологий, вводимых в совокупности с идеями устойчивого развития. Не менее важным направлением в данном случае выступает и усиление взаимодействия бизнеса, государственного управления и научной среды.

В ратифицированной стратегии Smart City Berlin выделяются 12 основных целей, которые представляют собой комплексный подход по развитию «умных технологий» во всех сферах города, в том числе мобильность, управленческая деятельность, экономическое развитие, развитие окружающей среды и так далее. Например, среди целей:

- долгосрочное обеспечение и оптимизация общественных услуг с помощью органов государственной власти, муниципальных предприятий и социальных органов;
- минимизация негативных побочных эффектов жизни в густонаселенной городской среде, таких как загрязнение окружающей среды, болезни, связанные со стрессом, или снижение чувства личной безопасности;

- повышение устойчивости городской инфраструктуры;
- расширение возможностей для более активного участия в общественной жизни и так далее.

Особое внимание в стратегии обращается и на строительство так называемой модели третьей спирали, которая включает в себя ориентированность разрабатываемых проектов на жителей, связь и сотрудничество между представителями экономики и промышленности. Важную роль в подобной связи оказывают технологические центры, которые в качестве приоритета рассматривают новые стартапы и способствуют созданию предприятий, ориентированных на разработку и продвижение инновационной продукции и услуг. Как правило, отделившееся от высших учебных заведений, высокотехнологичное стартап-сообщество в Берлине представляют собой высокий потенциал для инноваций. В Берлине действует более 300 исследовательских групп и исследовательских компаний, которые работают над теориями и проектами города будущего. Университеты и независимые исследовательские институты активно изучают вопрос исследования развития умных технологий.

Важным элементом реализации концепции Smart City на территории Берлина является существование так называемых Zukunftorte («Мест будущего»), которые являются эффективной платформой для разработки и реализации инновационных проектов «умного города». В рамках данных мест разрабатывается особая сетевая структура между научно-исследовательскими, технологическими институтами и бизнесом с целью сотрудничества и обмена информацией. На сегодняшний день запланировано или уже появилось 11 подобных мест на карте Берлина, в деятельности которых участвует порядка 2,2 тысяч компаний.

В 2022 году была опубликована новая стратегия Gemeinsam Digital: Berlin – Our Strategy [7] («Совместно с цифровыми технологиями: Берлин - наша стратегия») с целью конкретизации межведомственной работы административных органов столицы, внедрения новых подходов к работе над реализацией существующих целей. Принятый документ был принят Сенатом Берлина и является дополнением к уже существующей стратегии от 2015 года, инструментом решения того, как можно реализовать быстрее ту или иную поставленную ранее цель.

Например, в рамках стратегии был создан так называемый «компас ценностей» (Values compass), который представляет собой модель города, основанную на устойчивости (защита ресурсов и естественной среды существования), кооперативности (творческое участие городского сообщества в жизни города), ориентированности на общество (равный доступ к услугам) и жизнестойкости (построение эффективной городской инфраструктуры) - основы, на которых уже в дальнейшем предлагаются все пилотные проекты в рамках развития умных технологий в Берлине.

Важным моментом при составлении стратегии стала разработка актуальных целей, которые могли видоизмениться с 2015 года, которая происходила совместно с представителями городского сообщества. Уточнение мнений жителей Берлина происходило через платформу mein.berlin.de. Серьезную роль сыграла и администрация Берлина, которой на основе полученных данных необходимо было реализовать выделенные меры. Например, в стратегии конкретизируется цель о необходимости обмена опытом пилотных проектов с городами Германии и всего мира, также работающими над стратегией «умного города».

При реализации проекта стратегия обращает внимание на единую модель, основанную на гибкости, постоянном совместном обучении и сопоставлении различных подходов к принятию решений. Принимаемая модель представляет особый универсальный пример для дальнейшего использования при разработке, например, других «умных городов» в Германии.

За последнее время Берлином в рамках реализации концепции Smart City Berlin было проведено множество проектов, которые не только создают дополнительную комфортную

социально-экономическую городскую среду, но и влияют на положительное развитие города и Федеративной Республики Германия в целом.

Если сравнивать уровень развития технологий, то можно заметить тенденцию, что, если в Берлине достаточно много ежегодно вводимых небольших стартапов, которые появляются за счет постоянного инвестирования, существующих в комплексе с большим количеством международных компаний, то в других городах Германии, за исключением уже названных, также практикующих умные технологии, в основном представлены давно существующие корпорации, такие как Deutsche Bahn, Deutsche Post, Siemens, Volkswagen, Bosch и так далее. Большие корпорации не предполагают динамичной разработки и внедрения новых технологических прототипов. Кроме того, появление новой технологии в подобных компаниях сопровождается долгим согласованием и тестированием перед вводом в эксплуатацию. Это означает то, что Берлин может стать примером, опыт которого, а также разрабатываемые технологические решения которого могут быть использованы другими городами Германии.

На сегодняшний день в рамках реализации стратегии Smart City Berlin на территории города было уделено внимание таким сферам, как мобильность, энергетические технологии, здравоохранение, а также сквозным областям информационно-коммуникационных технологий и безопасности. Благодаря достигнутой высокой конкуренции в области инноваций, Берлин обладает высокими преимуществами в области расширения городской инфраструктуры, привлечения ценных научных кадров, а также в уровне инвестирования со стороны международных организаций, фондов и так далее.

Так, например, в рамках стратегии, как отдельный проект (2017-2020), появился «умный город в умном городе» Future living Berlin [4]. Проект был создан в рамках совместной работы Panasonic и GSW Sigmaringen. Проект был запущен как пилотный с использованием огромного количества инновационных технологий, в том числе Internet of things (IoT), Big Data, передача интернета по электросетям.

При анализе разработки стратегии важно вспомнить уже упомянутую стратегию умного города, опубликованную в декабре 2022 года - «Gemeinsam Digital: Berlin» («Вместе в цифровом формате: Берлин»), в рамках которой были включены 5 основных проектов пилотного характера со сроком реализации до 2026 года. Среди них, например:

- Smart Space Hardenbergplatz («Умное пространство в районе Харденбергплатц») – работа по улучшению транспортной мобильности и эффективным управлением общественным транспортом;

- Participatory Budgeting and Smart Participation («Совместное бюджетирование и умное участие») – улучшение эффективности обработки информации внутри города, увеличение уровня участия районных фондов соседства с помощью использования уже созданной платформы mein.berlin.de;

- Data & Smart City Governance («Интеллектуальное управление городом на основе данных») - разработка решения в виде руководства управления данными, которое будет способно создать возможность сотрудничества государственных органов, гражданского общества и экономических субъектов на примере инструмента мониторинга и управлением качеством воздуха в городских районах;

- Smart Water – Modeling and Governance («Сеть умной воды») - ряд цифровых инструментов, которые будут способны создать климатически устойчивый город;

- Data in everyday life and crisis – Kiezbox 2.0 («Использование данных повседневной жизни и в кризисных ситуациях») - создание возможности минимизации влияния кризисных ситуаций на деятельность городской среды.

На основании анализа информации о пилотных и о реализуемых проектах с сайта Smart City Berlin [14], управляемого государственно-частным агентством по развитию бизнеса и технологий на территории земли Берлин (Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH),

а также из стратегии «Gemeinsam Digital: Berlin», представляется возможным сделать вывод об уровне реализации и эффективности подобного проекта, результаты которого представлены в авторской таблице 1.

Таблица 1. Анализ реализации и эффективности проекта Smart City Berlin (на основе авторского материала)

Аспект	Проведенные мероприятия	Качественный показатель
Smart environment (интеллектуальная среда)	- Energy net Adlershof; - GreenPack mobile Energy Solutions GmbH; - Adlershof glass CHP plant; - Elektra II; - Berliner Wasserbetriebe sewage treatment plant; - Your vegetable garden online IRGADEN; - Giess den Kiez; - Adlershof newton project; - Adlershof smartgrid alliance (refrigeration network); - Smart urban farming.	10 мероприятий
Smart government (интеллектуальное управление)	- Energienetz Berlin Adlershof; - Data & Smart City Governance on the example of air quality management; - Katretter; - FixMyBerlin; - Kiezzadar; - Digital vereint; - Prototypenwerkstaat; - Digital Werkstatt Verwaltung.	8 мероприятий
Smart living (интеллектуальное качество жизни)	- Smart Water; - Dympro; - Berlin TXL – Schumacher district; - Arc32 (BSR); - Subterranean supply – and disposal centre at the Potsdamer Platz; - Berliner stadtreinigung aör ruhleben waste-to-energy plant; - Marker lights; - Chatbot “Erst- und verweisinformation für betroffene von diskriminierung; - Urban care; - Adlershof led outdoor lighting; - Social and green IT – AFB; - Meister; - Indoor navigation; - Berlin central station lorawan gateway; - Biotech-campus Berlin-Buch; - Vattenfall Wärme Berlin; - Algae Façade Reactor Mint Engineering; - Berliner Wasserbetriebe Sewage treatment plant; - Katretter.	19 мероприятий
Smart economy (интеллектуальная экономика)	- Werkstatt im CityLab; - Wheel Map pro; - Smart business district; - MarienFelde Quarter Mariengrün; - Fubic Campus Dahlem; - Euref-Campus; - Campus Charlottenburg; - Technology park Humboldthain; - Science and technology park Adlershof; - Circular economy house; - Quartier Heidestrasse; - Smart space Hardenbergplatz; - Futr Hub in Berlin TXL; - Degewo Future House; - Mifactory city – hacking programme; - Berlin refreshment map; - Model apartment Pflege Quartier; - Smart business district; - Kiezbbox 2.0; - Sensare; - Elevate delta; - Future living Berlin; - Adlershof former solon building; - Algae façade reactor mint engineering; - Adlershof led outdoor lighting; - Malzfabrik aquaponic; - Berliner Stadtreinigung aör Ruhleben.	28 мероприятий
Smart people (интеллектуальный социальный и человеческий капитал)	- BSR-App; - Euref of Gasag solution plus; - CityLab Berlin; - Led-Catwalk; - Euref-Power station by gasag solution plus; - MeinBerlin.	6 мероприятий
Smart mobility (интеллектуальная мобильность)	- New mobility Berlin; - Radbahn; - Prozessanalyse radinfrastruktur; - Digitale tools für radwegeplanung; - Simra: safety in bicycle traffic; - Wheelmap PRO; - Inlove.	7 мероприятий

Составлено по [7] и [14]

На основании полученной информации было выявлено 77 активных мероприятий, уже реализованных или реализуемых на территории Берлина. Мероприятия были классифицированы в соответствии с существующими аспектами умного города.

В рамках первой группы был рассмотрен аспект регулирования «умной среды» (*smart environment*). Было выявлено 10 мероприятий, относящихся к развитию данного аспекта, среди них, например, исследование технологий снижения антропогенного эффекта парниковых газов, технологии повышения энергоэффективности, возможность транспортировки и хранения возобновляемых источников энергии.

В рамках группы, где был рассмотрен аспект регулирования «умного управления» (*smart government*), было рассмотрено 8 мероприятий, среди которых предлагались такие решения, как возможность эффективной коммуникации между государственным, бизнесом и населением, создание приложений для работы волонтеров и так далее.

В рамках «умного образа жизни» (*smart living*), предлагаются такие решения, как создание инновационной системы утилизации отходов, строительство климатически нейтрального района с высокими энергетическими стандартами, система освещения с оптимизацией контрастности и так далее. Всего было предложено 19 мероприятий.

В рамках аспекта «умная экономика» (*smart economy*) предлагается 28 мероприятий, среди которых создание платформы для безопасного использования данных в сфере инноваций и партнерства, центра взаимодействия науки и бизнеса, проекты технологически модернизированных зданий, определения рисков возникновения наводнений.

В рамках шестой группы рассматривался аспект «умного населения» (*smart people*), в контексте развития которой были предложены такие решения, как платформа для участия граждан в развитии региона, проекты информирования о ценности решений в области энергоэффективности и так далее. Всего было предложено 6 мероприятий.

Что касается последней группы, то она включала в себя развитие аспект «умной мобильности» (*smart mobility*), количество рассмотренных проектов где составило 7. Среди таких проектов, например, исследование возможности снижения проблем в мобильности, в том числе увеличение парковочных мест, гибкое использование дорожного пространства, проект развития условий для велосипедного транспорта и так далее.

Так, наибольшее количество мероприятий направлено на внедрение «умных» технологий в экономике города, а также на создание устойчивой экологической среды.

Однако, важно отметить и то, что, несмотря на то, что в рамках некоторых аспектов уже проведено или запланировано к проведению достаточно большое количество проектов, проекты не представляют из себя последовательного перечня действия для полной реализации проекта. Отдельно взятые проекты частично решают тот или иной запрос общества. Несмотря на это, нельзя отрицать того, что Берлин является примером города, активно внедряющего эффективное управление городом в соответствии с современной повесткой дня.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что «умный город» представляет собой комплексную стратегию развития города, основанную на инновациях и совместных разработках. Она направлена на решение экологических проблем, возникающих из-за быстрого роста урбанизации. Принятие соответствующих мер может помочь минимизировать угрозы для окружающей среды и обеспечить устойчивое развитие городов.

Перспективы развития технологий «умного города» охватывают все аспекты городской среды и требуют активного участия граждан. Без их заинтересованности и образованности невозможно достичь полноценного развития городов.

Стратегия Smart City Berlin является ярким примером эффективного инструмента для реализации концепции «умного города», обладая значительными преимуществами с точек зрения политики, экономики, социальных и технологических аспектов. Берлин демонстрирует успешную реализацию проектов уже в течение 10 лет, способствуя развитию умных технологий в различных аспектах городской жизни. Анализ проекта показывает значительный потенциал для успешного завершения и дальнейшего использования опыта реализации проекта при смартизации других городов мира.

Литература

1. Боос В. О., Гохберг Л. М., Иванова Е. А. HSE Global Cities Innovation Index — 2023 // НИУ ВШЭ – URL: <https://gci.hse.ru/> (дата обращения: 01.09.2024)

2. Ильина И., Коно М. Трансформация подходов к развитию «умного города» // Издательский дом «Высшая школа экономики» - Москва – 2023 – 245 с. – 59 с. (дата обращения: 01.09.2024)

3. Показатели «умных» устойчивых городов, разработанные ЕЭК ООН–МСЭ // Экономический и Социальный Совет ООН – 2015 – URL: https://unece.org/fileadmin/DAM/hlm/documents/2015/ECE_HBP_2015_4.ru.pdf. (дата обращения: 01.09.2024)
4. Panasonic взял в Берлине умный квартал // Comnews – 2020 – URL: <https://www.comnews.ru/content/208231/2020-07-23/2020-w30/panasonic-vzyal-berline-umnyu-kvartal>. (дата обращения: 01.09.2024)
5. Definitions and overviews // Smart Cities Council – 2014 – URL: <https://smartcitiescouncil.com/smartcities-information-center/definitions-and-overviews> (дата обращения: 01.09.2024)
6. Euromonitor International’s report reveals world’s Top 100 City Destinations for 2023 // Euromonitor – 2023 – URL: <https://www.euromonitor.com/press/press-releases/dec-2023/euromonitor-internationals-reportreveals-worlds-top-100-city-destinations-for-2023> (дата обращения: 01.09.2024)
7. Gemeinsam digital Berlin. Berlin – The smart city strategy for the capital // Gemeinsam Digital – 2022 – URL: https://gemeinsamdigital.berlin.de/documents/79/Strategy_Gemeinsam_Digital_Berlin.pdf (дата обращения: 01.09.2024)
8. Next decade to bring fourfold increase in number of smart cities // Smart Cities Council – 2014 – URL: <http://smartcitiescouncil.com/article/next-decade-bring-fourfold-increase-number-smart-cities> . (дата обращения: 01.09.2024)
9. Sarwant Singh. Smart Cities -- A \$1.5 Trillion Market Opportunity // Forbes – 2014 – URL: <https://www.forbes.com/sites/sarwantsingh/2014/06/19/smart-cities-a-1-5-trillion-marketopportunity/?sh=f17f65360531>. (дата обращения: 01.09.2024)
10. Smart city // Business Dictionary - URL: <http://www.businessdictionary.com/definition/smart-city.html>.
11. Smart cities. Ranking of European medium-sized cities // Centre of Regional Science, Vienna UT. – 2007 – URL: https://www.smart-cities.eu/download/smart_cities_final_report.pdf. (дата обращения: 01.09.2024)
12. Smart City Index 2024 // International Institute for Management Development – 2024 – URL: <https://www.imd.org/smart-city-observatory/home/>. (дата обращения: 01.09.2024)
13. Smart City Strategy Berlin // Senate Department for Urban Development and the Environment – 2015 – 44 p. – p. 6 – URL: http://www.city-strategy.ru/UserFiles/Files/Strategie_Smart_City_Berlin_en.pdf. (дата обращения: 01.09.2024)
14. Smart city projects in Berlin // Smart City Berlin – URL: <https://smart-city-berlin.de/en/competenciessolutions/projects>. (дата обращения: 01.09.2024)
15. The Cities That Make It Easy to Get Started // Internations – URL: <https://www.internations.org/expatinsider/2023/expat-essentials-index-for-cities-40426>. (дата обращения: 01.09.2024)

DOI: 10.24412/1994-3776-2024-3-194-201

УДК: 339.13

К.Е. Ненашева

КИТАЙСКИЕ БРЕНДЫ БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ: ВЛИЯНИЕ УРОВНЯ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ НА ВОСПРИНИМАЕМОЕ КАЧЕСТВО

К. Nenasheva. Chinese household appliance brands in the Russian market: impact of awareness on perceived quality

Аннотация. Статья посвящена изучению влияния осведомленности потребителей о потребительских брендах на воспринимаемое качество их товаров на примере российского рынка китайской бытовой техники. Выявление наличия связи между указанными факторами

Abstract. This paper aims to investigate how consumer awareness of consumer brands affects the perceived quality of their products, by examining the Russian market for Chinese household appliances. A two-stage empirical study was conducted to identify the link between these factors. Through frequency,

Ненашева Ксения Евгеньевна - студент Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета

K. Nenasheva - Student of Graduate School of Management St. Petersburg State University

© Ненашева К.Е., 2024

осуществлялось на основе собранных данных в ходе двухэтапного эмпирического исследования. По результатам частотного, регрессионного и кластерного анализов были определены зависимости между факторами и выявлены паттерны поведения потребителей на исследуемом рынке.

Ключевые слова: потребительский бренд, потребители, китайская бытовая техника, воспринимаемое качество, осведомленность потребителей, эффект страны происхождения.

Контактные данные: 195112, Санкт-Петербург, Заневский проспект, д. 28-30-32; тел.: (988) 964-80-20; e-mail: ksenya-nenasheva@mail.ru

regression, and cluster analyses, dependencies between factors were determined and patterns of consumer behavior in the market under research were identified.

Keywords: consumer brand, consumers, Chinese appliances, perceived quality, consumer awareness, country of origin effect.

Contact information: 28-30-32 Zanevsky avenue, Saint-Petersburg, 195112; tel.: (988) 964-80-20; e-mail: ksenya-nenasheva@mail.ru

На фоне развития торговых отношений с Китаем и усложняющихся международных отношений России с другими странами на российском рынке появляется все больше товаров, произведенных в Китае. При этом на 2019 год уровень осведомленности российских потребителей о китайских брендах оставался низким: по методике «наведенной известности» - выбор знакомого бренда из представленного списка - лишь 8% респондентов отметили знакомый китайский бренд бытовой техники [3]. Низкий уровень осведомленности о потребительских брендах и оценка качества производимых товаров могут являться результатом эффекта страны происхождения – СОО-эффекта (country-of-origin effect), который оказывает влияние на восприятие качества продукта, отношение к потребительскому бренду и намерение совершить покупку [6].

С февраля 2022 года на рынке практически всех товарных категорий произошли существенные изменения в связи с тем, что многие зарубежные компании приняли решение ограничить свою деятельность на территории России или полностью покинуть этот рынок из-за санкций, а также сбоя в логистике [7]. В числе компаний, ушедших с российского рынка или сокративших объемы продаж, оказались такие крупные бренды, как LG Electronics, Samsung, Sony, Panasonic, Hitachi, Yamaha, доля которых на рынке бытовой техники еще в 2021 году была существенной.

На данный момент на российском рынке появляется все больше брендов с пометкой «Made in China», названия ряда которых широко известны, а некоторые только появляются в российских магазинах. Китайскую бытовую технику на российском рынке представляют, в частности, следующие бренды [4]:

1) Haier. Компания, основные позиции которой представляют холодильники, морозильники и стиральные машины, доступные для покупки в таких магазинах, как, например, M-Video, Эльдorado, ДНС;

2) Midea. На сегодняшний день деятельность компании охватывает четыре сегмента: отопление, вентиляция и кондиционирование воздуха, бытовая техника, робототехника и системы автоматизации;

3) Gree. Компания является крупным производителем кондиционеров, активно осуществляющим технологические исследования и патентуя новые технологии;

4) Supor. Деятельность компании сфокусирована на производстве мелкой кухонной техники и посуды;

5) MiJia (от Xiaomi). Компания представляет очень широкий ассортимент товаров от зубных щеток до фотопринтеров и роботов-пылесосов.

Несмотря на уход ряда брендов, рынок бытовой техники остается высоко конкурентным и динамичным, поскольку помимо появления новых брендов существующие игроки активно расширяют ассортимент, внедряя новые передовые технологии. При этом многие потребители не знают о преимуществах китайской бытовой техники и не рассматривают ее при выборе товара. Между тем около 60% телевизоров Samsung оснащаются дисплеями

китайского производства, 26% из которых поставляет китайская фирма TCL CSoT [1], о чем знают далеко не все потребители, априори высоко оценивая южнокорейскую бытовую технику.

В связи с тем, что с рынка уходят популярные бренды, потребители вынуждены выбирать бытовую технику их широкого ряда товаров, произведенных в Китае. В том числе по причине увеличения числа представленных китайских брендов потребители, вероятно, не успевают отслеживать появление новых игроков и тем более собирать о них информацию, которая бы сформировала конкретное представление о них.

Осведомленность играет непосредственную роль в создании ценности для потребителей. Во-первых, это основа для формирования целостного образа: осведомленность объединяет разобщенные ассоциации потребителей о бренде. Во-вторых, это предпосылка, обуславливающая выбор потребительского бренда. В процессе принятия решения потребители последовательно рассматривают набор осведомленности, набор рассмотрения и набор выбора, поэтому при более высокой степени осведомленности вероятность включения бренда в набор выбора выше. В-третьих, формирование отношения к потребительскому бренду практически невозможно без предварительной осведомленности потребителей. В модели иерархии эффектов Р. Хибинга осведомленность стоит на первом месте и является решающим элементом [5]:

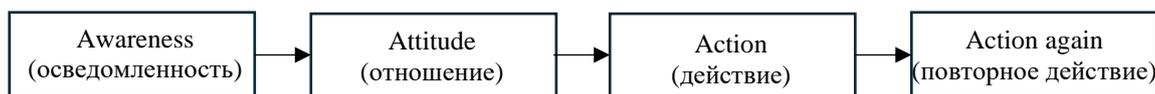


Рисунок 1. Модель иерархии эффектов Р. Хибинга (Источник: 5, с. 110)

На принятие решения о покупке влияют потребительские факторы и организационные факторы, в числе которых бренд, реклама, цена, упаковка, характеристики товара, устные коммуникации и другие. Принимая решение о покупке товара, потребитель руководствуется воспринимаемым качеством потребительского бренда, то есть содержащимися в сознании потребителей ассоциациями, связанными с брендом [2].

Одной из причин несоответствия реального и воспринимаемого качества может быть влияние эффекта страны происхождения или СОО-эффекта (country-of-origin effect). Существует ряд эндогенных факторов, определяющих важность страны происхождения при принятии решения и оценке качества, в числе которых возраст, уровень дохода, уровень образования, потребительский опыт [6]. И хотя в последние годы влияние указанного эффекта снижается, некоторые стереотипы все еще сохраняются в сознании потребителей.

Задача маркетинга в создании доли рынка сводится к формированию осведомленности о товаре или услуге потребительского бренда [2]. Для достижения этой цели необходимо налаживать маркетинговые коммуникации, которые представляют собой совокупность действий, направленных на информирование целевой аудитории о потребительском бренде.

На основе проведенного анализа текущей ситуации на рынке бытовой техники и теоретических концепций были выдвинуты следующие предположения:

1. Российские потребители плохо осведомлены о китайских брендах, существующих и выходящих на российский рынок.
2. Российские потребители склонны выше оценивать качество китайской бытовой техники, если они лучше осведомлены о предложениях китайских производителей.
3. Существуют определенные барьеры в восприятии качества данной продукции российскими потребителями, что затрудняет быстрый и успешный выход на рынок России.

Цель данного эмпирического исследования: определить влияние осведомленности потребителей на воспринимаемое качество китайской бытовой техники.

Для уточнения проблематики на первом этапе сбора данных было проведено четыре проблемных интервью с потребителями, обладающими различным опытом покупки и использования бытовой техники. Полученные данные были интерпретированы с помощью тематического анализа (согласно табл. 1).

Таблица 1. Тематический анализ качественного исследования

Ответы респондентов	Коды	Темы
«Я не могу назвать какой-то китайский бренд, я узнаю бренды в основном из рекламы и у знакомых»	Невнимательность к китайским брендам в рекламе	Отсутствие интереса к китайским брендам бытовой техники
«Я лояльный потребитель, поэтому покупаю бытовую технику одних и тех же производителей, Корея, Германия»	Лояльность как определяющий фактор принятия решения	
«Да, я могу назвать, например, Haier, Midea, Supor»	Осведомленность о небольшом числе брендов	
«Я никогда не покупала технику сама, скорее попрошу папу выбрать товар»	Передача принятия решения более опытному лицу	Использование отзывов других потребителей и советы знакомых как основной источник информации
«Я сейчас активно ищу замену старому телевизору и изучаю отзывы на разных сайтах»	Отзывы как инструмент принятия решения	
«Я почитал отзывы о телевизоре, и поэтому решил его купить»		
«Мне знакомый на работе посоветовал»	Мнение знакомых как гарантия качества	
«Мне технические характеристики на сайтах вообще ничего не говорят, для меня лучше спросить кого-то объяснить, как работает, а не как устроена техника»	Признание описания товаров на сайтах как не самого подходящего источника информации	
«Не уверена, что китайские бренды смогут заменить ушедшие»	Сомнение в успехе китайских брендов на российском рынке	Недоверие к китайским брендам в силу сложившихся стереотипов
«Сомневаюсь, что китайские товары могут достичь такого высокого качества»		
«Когда вернутся ушедшие бренды, их клиенты вернутся к ним»		
«Если будет возможность выбирать между китайским и европейским, выберу, конечно, европейский»	Признание нежелания покупать китайские товары	Выбор китайской бытовой техники как крайняя мера, если нет альтернативных европейских товаров
«Если не будет нужного мне товара, я, конечно, расстроюсь, придется покупать китайский»		

По результатам тематического анализа были сделаны следующие выводы:

1) Респонденты мало осведомлены о китайских брендах бытовой техники, однако, когда они узнают, что страной-производителем является Китай, они скорее склонны отказаться от этого товара в пользу европейского бренда;

2) Респонденты не проявляют резко негативного отношения, однако предпочитают отказаться от китайской бытовой техники, предполагая, что ее качество все также остается слишком низким, даже если сами респонденты не сталкивались с конкретными проблемами;

3) Респонденты в большей степени доверяют мнению знакомых и отзывам других потребителей.

На основании информации, полученной в ходе проведения качественного исследования, для решения исследовательской задачи было проведено количественное исследование - онлайн-опрос.

Для анализа результатов исследования был использован частотный анализ в целях определения уровня осведомленности респондентов, уровня удовлетворённости и индекса промоутера, а также количества респондентов, готовых рассмотреть возможность использования китайской техники. Кластерный анализ был использован в целях иллюстрирования изменения оценки качества в соответствии с уровнем осведомленности; регрессионный анализ – для выявления отсутствия или наличия связи между оценкой качества и осведомленностью.

Таблица 2. Результаты количественного исследования

	Удельный вес в общем объеме выборки, % (n=145)	Доля респондентов в группах с разной оценкой качества китайской бытовой техники, %		
		Качество стало лучше (n=79, 54,48%)	Качество не изменилось, но приемлемое (n=34, 23,45%)	Не доволен / Не покупаю (n=32, 22,06%)
I. Осведомленность о китайских брендах бытовой техники				
Знают хотя бы один бренд	81,4%	89,9%	82,4%	59,4%
Не знают ни одного бренда	18,6%	10,1%	17,6%	40,6%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
II. Готовность переключиться на китайскую бытовую технику				
Да	18,6%	26,6%	5,9%	12,5%
Скорее да, чем нет	52,4%	51,9%	61,8%	43,8%
Скорее нет, чем да	23,4%	20,3%	29,4%	25,0%
Нет	5,5%	1,3%	2,9%	18,8%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
III. CSI (Customer Satisfaction Index)		Оценка удовлетворенности в группах с разной оценкой качества китайской бытовой техники		
73,9%		79,7%	68,9%	58,8%
	Индекс промоутера в общей совокупности	Индекс промоутера в группах с разной оценкой качества китайской бытовой техники		
IV. NPS	-33,8%	-15,2%	-32,4%	-81,3%

По результатам частотного анализа были сделаны следующие выводы:

1) Потребители относительно плохо осведомлены о китайских брендах бытовой техники: четвертый по количеству голосов ответ «Никакой», а второй и третий не превышают 34% с большим отставанием от наиболее часто встречающегося ответа «Haier»;

2) Индекс промоутера (NPS) = 11,72% - 45,52% = -33,8%. Отрицательный индекс свидетельствует о доминировании потребителей, не готовых рекомендовать товары, что свидетельствует об отсутствии потенциала такого канала повышения осведомленности, как рекомендации и положительные отзывы потребителей;

3) Уровень удовлетворенности составил 73,9%, что свидетельствует о достаточно высокой степени удовлетворенности китайской бытовой техникой в использовании;

4) 54,5% респондентов отмечают улучшение качества и готовность рассмотреть ее покупку, предварительно изучив информацию о ней;

5) Потребители покупают технику знакомых брендов и отмечают удовлетворенность их товарами, отмечая в открытом вопросе об опыте использования китайской бытовой техники хорошее качество и удобство использования товаров таких потребительских брендов, как Haier и Midea, являющихся также наиболее известными по результатам опроса.

Кластерный анализ осуществлялся на основе поведенческих признаков, а точнее по оценке воспринимаемого качества китайской бытовой техники. По результатам анализа были сделаны следующие выводы:

1) Потребители тем более высоко оценивают качество китайской бытовой техники, чем выше уровень их осведомленности: 89,9% респондентов, входящих в первый кластер «Качество стало лучше», знают хотя бы один бренд, а в кластере «Не доволен/Не покупаю», - только 59,4%;

2) Потребители более склонны переключиться на китайскую бытовую технику, чем выше их осведомленность: процент респондентов из первого кластера наиболее осведомленных потребителей, готовых рассмотреть возможность переключения («Да», «Скорее да, чем нет»), составил 78,5%, а из 3 кластера – 56,3%;

3) Удовлетворенность потребителей в кластерах снижается от первого к третьему, так же, как и осведомленность: в кластере потребителей, отметивших улучшение качества, удовлетворенность составляет 79,7%, а в кластере потребителей, недовольных качеством или не покупающих, - 58,8%;

4) Индекс промоутера отрицательный во всех кластерах, и наблюдается такая же тенденция относительно уровня осведомленности: индекс промоутера в первом кластере более осведомленных потребителей значительно превышает данный показатель в третьем кластере наименее осведомленных потребителей.

Таким образом, кластерный анализ иллюстрирует подходы к выбору бытовой техники в зависимости от осведомленности и того, как воспринимается качество.

Для выявления зависимости между осведомленностью и воспринимаемым качеством был проведен регрессионный анализ. По его результатам было установлено, что зависимость между уровнем осведомленности и воспринимаемым качеством является низкой: только 9% ответов о качестве объясняется степенью осведомленности (см. рис. 2).

F-статистика значительно меньше p-value и составляет 0,001150299, что свидетельствует о наличии статистически значимой связи. P-значения также не превышают p-value, а значит, коэффициенты являются статистически значимыми. По результатам регрессионного анализа было установлено, что при осведомленности хотя бы об 1 бренде оценка качества в среднем увеличивается на коэффициент 0,585, а осведомленность о 2 и более брендах – на коэффициент 0,647. Таким образом, подтверждается предположение о наличии положительной зависимости между количеством известных брендов и воспринимаемым качеством: чем больше брендов потребитель знает, тем выше склонен оценивать качество.

Наличие такого рода зависимостей при низком проценте объяснения зависимой переменной может быть объяснено влиянием других факторов, например, опыта знакомых,

наличием устойчивого мнения о плохом качестве китайской бытовой техники в силу СОО-эффекта, незнанием о других брендах китайской бытовой техники и их широком ассортименте, которые могут оказывать значительно большее влияние по отдельности или в совокупности.

Вывод итогов								
<i>Регрессионная статистика</i>								
Множественный	0,301526438							
R-квадрат	0,090918193							
Нормированный	0,078114224							
Стандартная ош	0,783000231							
Наблюдения	145							
<i>Дисперсионный анализ</i>								
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Значимость F</i>			
Регрессия	2	8,706827783	4,353413891	7,100781972	0,001150299			
Остаток	142	87,05868946	0,613089362					
Итого	144	95,76551724						
	<i>Коэффициенты</i>	<i>Стандартная ошибка</i>	<i>t-статистика</i>	<i>P-Значение</i>	<i>Нижние 95%</i>	<i>Верхние 95%</i>	<i>Нижние 95,0%</i>	<i>Верхние 95,0%</i>
Y-пересечение	1,814814815	0,150688465	12,04348865	1,85484E-23	1,516932201	2,112697429	1,516932201	2,112697429
1	0,585185185	0,19502371	3,000584827	0,003183727	0,199660171	0,970710199	0,199660171	0,970710199
2+	0,646723647	0,174834589	3,699060072	0,000308553	0,301108709	0,992338584	0,301108709	0,992338584

Рисунок 2. Регрессионный анализ «Влияние осведомленности на воспринимаемое качество»

Выводы по результатам проведенного исследования.

Во-первых, пятая часть опрошенных респондентов не знакома ни с одним потребительским брендом китайской бытовой техники, а четвертая часть в качестве известного бренда отметила только один – Haier. Таким образом, можно сделать вывод о действительно низкой осведомленности потребителей и наличии одного доминирующего игрока, который активно расширяет свою долю рынка.

Во-вторых, в рамках проведения исследования по результатам регрессионного анализа была установлена статистически значимая связь между уровнем осведомленности и воспринимаемым качеством, однако уровень осведомленности объясняет оценку воспринимаемого качества лишь на 9%. Тем не менее кластерный перекрестный анализ по параметру «воспринимаемое качество» проиллюстрировал следующую закономерность: чем выше уровень осведомленности респондентов, тем более позитивно они склонны оценивать качество китайской бытовой техники. Кроме того, больший процент более осведомленных респондентов отметил наличие некоторых преимуществ у бытовой техники, произведенной в Китае. Поскольку воспринимаемое качество китайской бытовой техники является субъективной оценкой потребителей и формируется под воздействием многих факторов, не стоит недооценивать осведомленность потребителей о потребительских брендах.

В-третьих, несмотря на ослабление СОО-эффекта и невысокой значимости такого критерия как «страна-производитель» при принятии решения о покупке бытовой техники, по результатам опроса было установлено, что в сознании российских потребителей все еще есть барьеры, оказывающие влияние на воспринимаемое качество. Подтверждением данного предположения могут служить открытые ответы респондентов, в которых они выражают желание продолжить покупать европейскую бытовую технику при наличии такой возможности и сомнения относительно качества китайской бытовой техники. Такие отзывы были написаны респондентами третьего кластера - те, кто не приобретают китайскую бытовую технику.

Литература

- 60 % телевизоров Samsung используют LCD-дисплеи от китайских производителей // DNS club. URL: <https://club.dns-shop.ru/digest/99795-60-televizorov-samsung-ispolzuit-lcd-displei-ot-kitaiskih-pro/?ysclid=lu7b13lhx4978752568> (дата обращения: 01.09.2024)
- Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей. 10-е изд., Пер. с англ., Спб.: Питер, 2007. 944 с.

3. Бренды, псевдобренды и квазибренды в многоуровневой макроэкологической системе брендинга страны / В. И. Черенков [и др.] // Российский журнал менеджмента. 21(3). 2023. 307–343.
4. Жукова Т. Н., Синьют Чжан. Восприятие российскими потребителями китайских брендов // Форум молодых ученых 2019. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vospriyatie-rossiyskimi-potrebitelyami-kitayskih-brendov/viewer> (дата обращения: 01.09.2024)
5. Лучшие китайские бренды: бытовая техника // Expro Group. URL: <https://kitau.ru/stati/china-life/luchshie-kitayskie-brendy-bytovaya-tekhnika/?ysclid=ltwxqhuze373441864> (дата обращения: 01.09.2024)
6. Старов С. А. Управление брендами: 4-е издание. СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та. 2021. 557 с.
7. Эксперты оценили число ушедших из России с 2022 года иностранных брендов // РБК. URL: <https://realty.rbc.ru/news/65129f609a79470b5a85784f?from=copy> (дата обращения: 01.09.2024)

DOI: 10.24412/1994-3776-2024-3-201-206

УДК: 658.89

Е.В. Андреева

НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗВИТИЯ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ В АВТОМОБИЛЬНОМ БИЗНЕСЕ

E. Andreeva. The need to develop customer focus in the automobile business

Аннотация. В современном мире количество выпускаемых автомобилей увеличивается ежегодно. Люди приобретают легковые автомобили, при этом каждая организация стремится получить прибыль. Клиентоориентированность в различных сферах автомобильного бизнеса необходима для реализации товаров и услуг, а также для удовлетворения потребностей общества в целом. В статье проанализированы методы привлечения клиентов в автобизнесе, представлены примеры реализации программ по увеличению продаж автомобилей.

Ключевые слова: клиентоориентированность, автомобильный бизнес, клиенты, развитие бизнеса, клиенты автосалона.

Контактная информация: 620012, Екатеринбург, ул. Машиностроителей, 11; тел. +7 (919) 586 86 36; e-mail: sksliza@yandex.ru.

Abstract. In today's world, the number of automobiles produced is increasing every year. People purchase passenger cars, at the same time every organization seeks to make profit. Customer focus in various spheres of automobile business is necessary for realization of goods and services, as well as to meet the needs of society as a whole. The article analyzes the methods of attracting customers in the automotive business, presents examples of implementation of programs to increase car sales.

Keywords: customer focus, automobile business, customers, business development, car dealership customers.

Contact information: 11 Mashinostroiteli st., Ekaterinburg, 620012; tel. +7 (919) 586 86 36; e-mail: sksliza@yandex.ru.

В России на 1 января 2024 года зарегистрировано 54,5 млн. единиц автомобильной техники. 85% от этого количества приходится на легковые автомобили – 46,81 млн. единиц. Автомобиль является признанным символом обеспеченности людей. Мировые автодилеры принимают участие в конкуренции между собой, желая добиться своей цели – занять ведущее место на рынке автомобилей.

Автомобильный бизнес внедряется в различные сферы жизнедеятельности человека. Основными направлениями являются: автосалоны, автомобильные сервисы, такси, прокат автомобилей, грузовые перевозки и др. В данных направлениях ежедневно клиентами

Андреева Елизавета Витальевна - студент Российского государственного профессионально-педагогического университета

E. Andreeva - Student of the Russian State Professional and Pedagogical University

© Андреева Е.В., 2024

являются люди разных профессий, к каждому из которых необходимо подобрать подход с целью реализации целей как клиента, так и бизнеса [3, с. 25].

Клиентоориентированность – определение потребностей клиента и предоставление качественных услуг, удовлетворение запроса и достижение положительного результата. Индивидуальный подход в бизнесе является ключевой частью в достижении каких-либо результатов. Сотрудникам офиса, сервиса, салона необходимо понимать цель визита клиента, предложить способы решения определенного вопроса, рассмотреть различные варианты возможного результата. В конечном итоге клиент, задачи которого были решены, принесет прибыль – одну из главных целей работы компании. Плохая репутация, негативное влияние на экологию, проявление неэтичных действий – сегодня всё это может в одночасье обрушить рыночную стоимость организации, несмотря на её экономическую эффективность [8, с. 204].

Принципами клиентоориентированного подхода являются:

1. Умение смотреть на предоставляемые услуги с точки зрения клиента, проявлять гибкость, заинтересованность в проблеме клиента.
2. Желание приятно удивлять – выделяться на фоне конкурентов, стремиться сделать больше обещанного. Можно предлагать скидку на следующий заказ.
3. Быть добросовестным и честным с покупателями, проявлять внимание к мелочам.
4. Продолжать взаимодействие с потребителем после совершения покупки – предложение дополнительных услуг, системы лояльности, сообщение о скидках или акциях.

В первом квартале 2024 года продажи новых легковых и лёгких коммерческих автомобилей, по данным Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ), выросли на 62,3%. Опираясь на эти данные, можно сказать о том, что у населения страны будет рост потребностей на услуги, которые предоставляют различные направления автомобильного бизнеса [5]. В стране все чаще встречаются семьи, у которых в имуществе числится от двух-трех автомобилей. Каждый автомобиль необходимо обслуживать, сохранять его рабочее состояние. Большинство жителей России приобретают автомобили, либо передвигаются на коммерческом транспорте, такси. Таким образом, автомобильный бизнес имеет тенденции развития и необходимость в клиентоориентированности.

Приобретение автомобиля – одно из важных событий в жизни человека. Когда он решает купить себе транспортное средство, то обращает внимание почти на все мелкие детали. Даже если у человека нет знаний об устройстве автомобиля и ему важен сам факт наличия машины, он будет доверять сотрудникам автомобильного салона. Задача сотрудников не просто продать товар. Им необходимо узнать клиента, его потребности в целом в жизни. От этого будет зависеть выбор автомобиля. Менеджер по продажам может повлиять на решение клиента, клиент должен быть удовлетворен покупкой. Владельцам автосалонов не следует придерживаться девиза "Максимальная прибыль - единственная обязанность бизнеса".

Одним из показателей качества автомобиля традиционно являются денежные расходы на ремонт. Транспортное средство нуждается в постоянном обслуживании, поэтому ремонт автомобиля является неотъемлемой частью жизни автовладельцев. Руководство автомобильных сервисов несёт ответственность за своих сотрудников. При приёме на работу важно уделять внимание навыкам работников: механиков, слесарей, сварщиков, ведь именно их работа является социально ответственной. Клиенты хотят получить высококачественное техническое обслуживание и ремонт, уважительное отношение [7, с. 64]. От того, как будет проведен осмотр автомобиля и его ремонт, возможно, будет зависеть жизнь человека. Поэтому, основная задача сотрудников автосервиса не должна заключаться в прибыли. Необходимо добросовестно относиться к своим задачам и выполнять их в установленные сроки. От этого будет также зависеть оценка сервиса в целом.

Услуги, которые предоставляют в такси, являются одним из примеров ответственных взаимоотношений клиентов и сотрудников. Все машины оборудованы системой

отслеживания местоположения, что является необходимым элементом для безопасного пользования системой платного проезда на машине с водителем. Во время поездки сотрудники такси несут ответственность за жизнь пассажира, а от пассажира требуется соблюдение правил безопасности при нахождении в машине, поддержание чистоты в салоне автомобиля. Рейтинг водителя и таксопарка в целом будет зависеть от соблюдения официально - деловых отношений с клиентами.

За последние два года число автошкол в России уменьшилось на 15%. В первую очередь закрываются небольшие, несетевые автошколы. Причинами закрытия являются как отсутствие разрешающих документов, так и неспособность бизнеса быть конкурентоспособным [4]. По статистике можно отследить необходимость клиентоориентированности в данном направлении автобизнеса. Привлечение квалифицированных специалистов, обновление автопарка школы, создание скидок – все это положительно влияет на рост клиентов.

Ключевым показателем эффективности бизнес-процессов является удовлетворенность клиента, включая внутренних клиентов – сотрудников компании [6, с. 423]. В коллективе должно присутствовать деловое общение, стремление к выполнению должностных обязанностей. Работа коллектива влияет на работу бизнеса в целом. Предприниматели создают корпоративные скидки для сотрудников, мероприятия, направленные на развитие общения в коллективе. Все это влияет на деловые отношения в коллективе и, следовательно, на клиентоориентированность в целом.

Рассмотрим основные принципы клиентоориентированности при продаже автомобилей:

- сохранение автомобиля в заводском виде: чистота, расположение автомобиля в салоне;
- прохождение тест-драйва;
- предоставление фото или видео-обзора на автомобиль в движении, обращение внимания на детали салона автомобиля;
- график работы в выходные и праздничные дни должен быть продуман владельцем с учетом местоположения автосалона;
- оперативная работа онлайн-менеджера с целью улучшения качества обслуживания;
- введение дресс-кода как системность и работоспособность;
- создание аксессуаров с логотипом и телефоном салона в качестве подарка клиенту.

Клиентам необходимо предоставлять услуги качественно: вести официально-деловые отношения, создавать подарки от салона, развивать рекламу в городе и области. Увеличение прибыли компании достигается за счет того, что довольный сервисом клиент не делает акцент на цене товара или услуги и он готов в разумных пределах платить за них дороже. К тому же клиенты с большей готовностью попробуют и другие предлагаемые салонами продукты.

С каждым годом автодилеры стремятся создать программу лояльности и привлечь внимание еще большего количества клиентов. Так, например, отечественный автопроизводитель запустил программу «ГАЗ Клуб». Она включает в себя "ГАЗ Ассистанс" и топливную карты. Клиент, который приобрел автомобиль у данного производителя, получает скидки на услуги сервиса «ГАЗ», услуги по замене колес.

По статистике, около 30% автомобилей «АвтоВАЗ» продаются по программе Trade-In. Сделка с использованием схемы Трейд-ин позволяет купить новый автомобиль производства АО «АвтоВАЗ» со скидкой. В зачет дилер принимает старую машину клиента, которую предварительно оценивает. Получается обмен прошлого автомобиля на новый с доплатой от клиента. Объективность оценки автомобиля беспокоит клиента, дилеры предъявляют свои условия к транспорту с пробегом. Стоимость подержанной машины рассчитывается с учетом таких факторов: популярность бренда и конкретной модели на вторичном рынке, срок эксплуатации и др. Данная система пользуется спросом и положительно влияет на удовлетворение целей клиента.

Отдельное внимание в клиентоориентрованном подходе необходимо уделять уровню владения сотрудниками английским языком. Деловой английский язык способствует повышению качества обслуживания, предложению различных услуг. Использование делового английского в материалах для клиентов General Motors гарантирует, что клиенты полностью понимают особенности и преимущества их продуктов.

По итогам июня 2024 года в России было реализовано около 124 тысяч новых легковых автомобилей, что в 1,5 раза больше, по сравнению с июнем 2023 года. Рейтинг по объемам продаж автомобильных марок представлен на рисунке 1 [2].

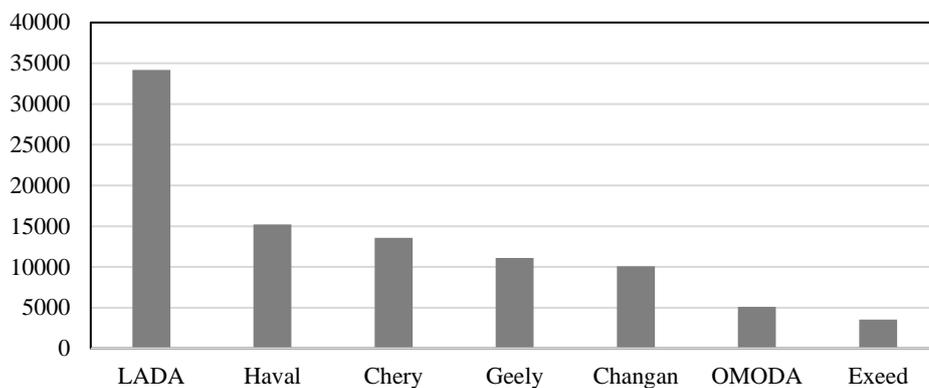


Рисунок 1. Рейтинг по объемам продаж автомобильных марок в России в июне 2024 года

Российский рынок за первое полугодие 2024 года демонстрирует рост продаж автомобилей – продано около 719 тысяч легковых автомобилей. Это на 79% больше, чем за 6 месяцев 2023 года. Положительную динамику имеют отечественная LADA (+54%) и все производители из КНР – в интервале от 37% (Exeed) до 456% (Changan).

Производители из КНР развивают клиентоориентированность на российском рынке. Chery адаптирует автомобили для российского рынка, проводя испытания в Сибири и внося изменения в устройство подвески и других узлов. Компания Changan минимизирует затраты на адаптацию для рынка России, делая акцент на расширении модельного ряда. Преимуществом китайских автомобилей остается программное обеспечение: оно соответствует мировому уровню и не подвержено влиянию санкций.

Мировой рейтинг продаж автомобилей за первое полугодие 2024 года представлен на рисунке 2.

В мировом рейтинге продаж автопроизводителей в 2024 году Toyota заняла первое место с долей рынка 10,6% и является единственной автомобильной группой с долей рынка более 10%, за ней следуют Volkswagen и Hyundai. Вместе на эти три компании приходится 27,5% доли мирового рынка.

Производители Toyota создали концепцию совершенствования производства, которая была разработана ввиду большой себестоимости качественных товаров и существенных потерь от перепроизводства. Компания добилась снижения производственных затрат и увеличения прибыли с заказов. Основная маркетинговая цель автопроизводителя – завоевание своего рынка клиентов за счет удовлетворения их потребностей посредством высокого качества [1].

Компания Mercedes-Benz активно использует социальные сети для взаимодействия с клиентами, оперативно отвечая на их вопросы и решая проблемы, что значительно улучшает репутацию бренда. BMW предлагает своим клиентам программы лояльности, включающие скидки на обслуживание и специальные предложения, что способствует увеличению лояльности. Audi внедрила персонализированные предложения на основе анализа данных о клиентах, что позволяет компании предложить более точные и релевантные услуги и продукты.

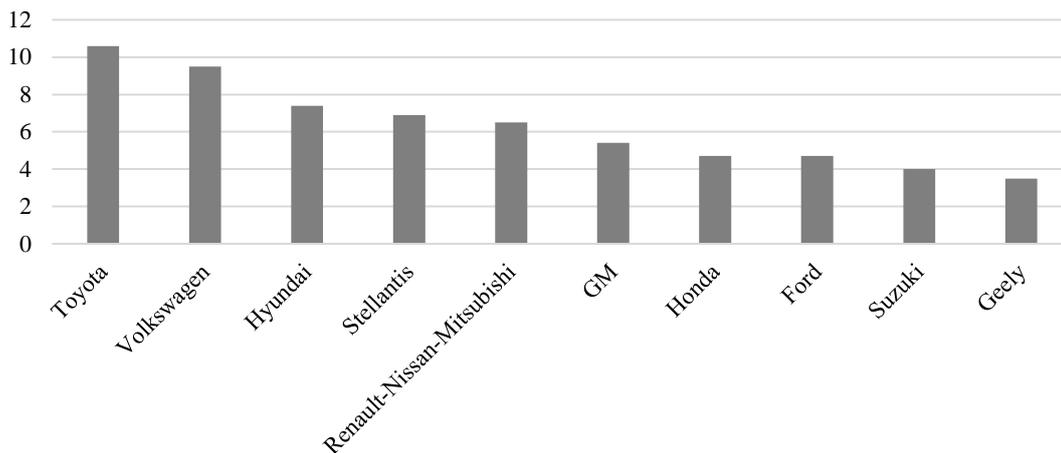


Рисунок 2. Мировой рейтинг продаж автомобилей за первое полугодие 2024 года (в процентах от доли мирового рынка)

Удовлетворенные клиенты чаще рекомендуют компанию своим знакомым, что приводит к увеличению объема продаж. Например, Tesla создала систему реферальных программ, которая вознаграждает клиентов за привлечение новых покупателей, что способствует росту продаж.

Цифровизация и автоматизация являются одними из тенденций развития клиентоориентированности. Компании внедряют цифровые технологии для улучшения взаимодействия с клиентами, таких как CRM-системы, чат-боты, мобильные приложения. Ford разработала мобильное приложение FordPass, которое позволяет клиентам удаленно управлять своими автомобилями, планировать обслуживание и получать актуальную информацию о состоянии автомобиля.

Предоставление индивидуализированных предложений и услуг на основе анализа данных о клиентах. Volvo использует данные об использовании автомобилей для предложения персонализированных сервисных пакетов и услуг, что повышает удовлетворенность клиентов. Hyundai внедрила омниканальную стратегию, позволяющую клиентам начинать процесс покупки автомобиля онлайн и завершать его в дилерском центре, что обеспечивает удобство и непрерывность взаимодействия. Данная стратегия обеспечивает взаимодействие компании с клиентами через различные каналы – онлайн, офлайн, мобильные устройства [9, с. 1404].

Таким образом, клиентоориентированность является неотъемлемой частью автомобильного бизнеса в целом. Различные сферы автобизнеса нуждаются в развитии делового общения с клиентами, создание системы оценивания качества обслуживания клиента. Статистика продаж мировых автоконцернов зависит не только от качества производимых автомобилей, но и от уделяемого компанией внимания клиентам. Создание качественной рекламы, открытие новых автосалонов, привлечение квалифицированных работников позволяет автопроизводителям быть ведущими компаниями на мировом рынке.

Особое внимание необходимо уделять таким сферам автобизнеса, как такси и автомобильные сервисы. Водители автомобиля часто несут ответственность за жизнь клиента, а специалисты по ремонту автомобилей отвечают за целостность кузова автомобиля в целом. Выбор тарифа для поездки в такси является также частью клиентоориентированности. От потребностей и возможностей клиента зависит выбор условий поездки.

В автошколах должны быть квалифицированные кадры, есть необходимость системы внедрения программ лояльности как способ быть конкурентоспособным. Ведение социальных сетей, создание рекламы позволят привлечь большее количество клиентов.

Подводя итог, можно сказать, что клиент является источником дохода компании, поэтому каждый сотрудник должен вносить вклад в реализацию целей клиента, в удовлетворение его запросов. Но реализация товаров и услуг не должна строиться только на цели получения прибыли, но и развитии компании в целом.

Литература

1. Автомобили из Китая //Мировой рейтинг продаж автопроизводителей, 1 квартал 2024 г. URL: <https://autochn.ru/industry/ice/na-kitajskie-avtomobili-prishlos-33-mirovyh-prodazh-avtomobilej-v-marte-2024-goda/> (дата обращения 30.07.2024).
2. Аналитическое агентство Автостат // Продажи новых легковых автомобилей в России в июне и I полугодии 2024 года. URL: <https://www.autostat.ru/press-releases/57974/> (дата обращения 30.07.2024).
3. Елькин Б. П. Автомобилизация и дорожное движение : учебное пособие / Б. П. Елькин, Р. В. Андронов. Москва, Вологда : Инфра-Инженерия, 2022. — 196 с.
4. Известия. Общество // Число автошол в России уменьшилось за 2 года. URL: <https://iz.ru/1494258/2023-04-06/chislo-avtoshkol-v-gossii-umenshilos-na-15-za-dva-goda> (дата обращения 30.07.2024).
5. Интерфакс. Экономика // АЕБ повысила прогноз российского авторынка. URL: <https://www.interfax.ru/business/969061> (дата обращения 30.07.2024).
6. Милетт М. М. Клиентоориентированность в бизнес-процессах автомобильного сектора как элемент управления качеством предприятия / М. М. Милетт, Н. О. Бугаев // Молодежная неделя науки института промышленного менеджмента, экономики и торговли : Сборник трудов всероссийской студенческой научно-учебной конференции. Санкт-Петербург: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2023. – С. 423-425.
7. Тетцоева О. А. Российский автобизнес в условиях постгарантийной реальности / О. А. Тетцоева, А. А. Степанов, А. О. Меренков // Транспортное дело России. – 2020. – № 4. – С. 63-65.
8. Чижова Т. А. Исследование подходов к определению корпоративной социальной ответственности и её значимости для современного бизнеса / Т. А. Чижова, Е. П. Трошина // Молодежь и наука: актуальные проблемы фундаментальных и прикладных исследований : Материалы III Всероссийской национальной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, в 3 ч., Комсомольск-на-Амуре, 2020. С. 204-207.
9. Zhang H., & Chen, Y. Improving Customer Experience in the Automotive Industry through Digital Transformation. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 34(7), 2019. С. 1401-1414.

DOI: 10.24412/1994-3776-2024-3-206-213

УДК: 316.47

Я.Л. Терехин

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ДОГОВОР - ПРАВОВОЕ СРЕДСТВО ПРЕОДОЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ КОНФЛИКТОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ya. Terekhin. Individual contract - a legal means of overcoming social conflicts in the Russian Federation

Аннотация. В статье представлена информация о значении и необходимости распространения индивидуально-договорного регулирования в рамках механизма правового регулирования как способа преодоления социальных конфликтов и развития

Abstract. This article presents information on the importance and necessity of disseminating individual contractual regulation within the framework of the mechanism of legal regulation as a way to overcome social conflicts and develop public relations in the

Терехин Ярослав Леонидович – студент Казанского (Приволжского) федерального университета
Ya. Terekhin - student, Kazan (Volga Region) Federal University
© Терехин Я.Л., 2024

общественных отношений в Российской Федерации. Предлагается рассматривать индивидуальный договор как наиболее оптимальное средство преодоления конфликтов в обществе. Объясняется необходимость расширения индивидуально-договорного регулирования, так как благодаря этому повышается роль частной инициативы, а также частной ответственности за принимаемые решения, что способствует укреплению общественных отношений.

Ключевые слова: индивидуальный договор, договор, отношение, лицо, естественное состояние
Контактная информация: 420111, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Кремлевская, д. 18; тел.: +7 (996) 121 76 58; e-mail: yaroslav2221@bk.ru

Russian Federation. It is proposed to consider an individual contract as the most optimal means of overcoming conflicts in society. The necessity of expanding individual contractual regulation is explained, since this increases the role of private initiative, as well as private responsibility for decisions taken, which contributes to strengthening public relations.

Keywords: individual contract, contract, relationship, person, natural state
Contact information: 18 Kremlevskaya st., Kazan, Republic of Tatarstan, 420111; tel.: +7 (996) 121 76 58; e-mail: yaroslav2221@bk.ru

Общество представляет собой систему, элементы, которой тесно переплетены между собой. По определению Э. Дюркгейма: «общество — не простая сумма индивидов, но система, образованная их ассоциации и представляющая собой реальность *sui generis*, наделённую своими особыми свойствами [5, с. 493].

Системность, в свою очередь, предполагает выделение различных элементов или же частей. Так и общество можно изобразить в виде совокупности составных элементов. Основными элементами общества являются индивиды, социальные группы, социальные организации и т.д.

Вместе с тем системность предполагает также активное взаимодействие элементов между собой. Так и общество есть результат постоянного взаимодействия его элементов. Общество немислимо без взаимного общения и обмена информацией между его элементами.

Общество есть область взаимодействия людей, причём подобного рода взаимодействие направлено на удовлетворение интересов его элементов.

Действительно, жизнь в обществе просто не мыслима без постоянных социальных связей, без общения и достижения консенсуса, без умения договариваться. Сам процесс взаимодействия элемента общества в рамках системы общества с другими элементами создаёт благоприятную среду для развития и совершенствования. Напротив, жизнь в затворничестве, то есть вне общества, не сулит больших перспектив и обрекает элемент общества на постепенное увядание, которое всецело будет подчиняться постепенной утрате социальных способностей.

Умение чувствовать и ощущать эмоции, потребности, желания не только свои собственные, но и другого субъекта есть целая наука, знание которой поднимает именно человека, как биологическое существо над всеми остальными представителями животного мира.

Социальная часть человеческого существа - это то, что дарует большие возможности и открывает невероятные просторы для последующего развития и формирования целых систем нравственного поведения, систем этических и моральных.

Однако взаимодействие элементов, их взаимовлияние не может быть хаотичными и должно определяться соответствующими правилами.

Элементы системы всегда находятся под действием определённых правил, каждый элемент системы исполняет свою определённую роль. В обратном случае элементы системы начинали бы жить отдельно от целого организма, устанавливая себе собственные правила, тем самым нарушая общий порядок. Подобного рода отклонения ведут к уничтожению системы, её самоликвидации. Потому каждый элемент системы находится на своём месте и подчиняется определённым правилам целой системы, исполняя тем самым свою роль и поддерживая жизнеспособность этой системы.

Общество как система находится под воздействием социальных регуляторов, которые могут носить как нормативный, так и ненормативный характер и т.д. Однако в рамках данного исследования внимание будет уделено исключительно праву как регулятору общественных отношений и, соответственно, индивидуально-договорному регулированию как одной из разновидностей правового регулирования.

Определение оптимального средства урегулирования социальных конфликтов в условиях общества, а также совершенствования и укрепления общественных отношений может способствовать созданию благоприятных условий для предотвращения нестабильности внутри общества.

Право есть универсальное средство урегулирования общественных отношений. Понятие право имеет много разнообразных значений, но нам необходимо обратиться именно к тому, что отражает существо права. Существо права составляет его регулятивный потенциал. Право — наиболее действенный способ придания общественным отношениям упорядоченного характера.

Правовой порядок тесным образом переплетается с социальным порядком, с социальной стороной жизни общества. Право в первую очередь призвано создавать условия для ликвидации социальных конфликтов, право упорядочивает общественные отношения, наполняет их правовым смыслом с целью создать оптимальные условия существования общества.

В работе А.И. Халтурина справедливо отмечалось, что одной из самых важных социальных функций права является: «интегративная, призванная соединить интересы отдельных разрозненных элементов в единую социокультурную систему [12, с. 81]».

Правовой порядок есть гарантия формального равенства между лицами, то, что в свою очередь подмечал В.С. Нерсисянц: «Право как выражение формального равенства — это и есть всеобщая равная мера (общая для всех норма) свободы и справедливости в общественных отношениях [2, с. 5]».

Д.В. Дождев также отмечал в своей работе: «Формальное равенство участников правового общения существует не только как внешнее общее требование к субъектам, но и как устойчивое внутреннее убеждение, которое проявляется в готовности признать самоценность другого лица [3, с. 100]».

Для достижения правового порядка необходимым становится процесс правового регулирования. Для того, чтобы описать процесс правового регулирования в рамках Российского государства, необходимым образом приходится обращаться к специальной юридической терминологии.

Упорядочивания общественных отношений происходит посредством действия механизма правового регулирования, который включает в себя различные элементы (нормативно-правовые акты, праворазъяснительные акты, правоотношения и т.д.).

В механизме правового регулирования выделяется два уровня, а именно: 1) нормативно-правовое регулирование (создание специально уполномоченными на то субъектами общих для всех элементов системы общества правил поведения) 2) индивидуально-правовое регулирование (регламентирование отношений между элементами системы общества самостоятельным образом, однако, на основании общих правил поведения).

Совершенно очевидно, что нормативно-правовое регулирование не может покрыть всего обширного круга общественных отношений и таким образом предотвратить все возможные социальные конфликты. Как отмечалось в науке: «Юридические правила никогда не в состоянии удовлетворить всему разнообразию конкретных случаев жизни, так как они являются, только выражением тех соображений, которые в большинстве случаев, наиболее полным образом определяют отношение между соконтрагентами [1, с. 58]». Для решения подобного рода проблемы и вводится индивидуально-правовое регулирование.

В свою очередь, как раз индивидуально-правовое регулирование включает в себя индивидуально-договорное регулирование. Индивидуально-договорное регулирование таким образом составляет неотъемлемую часть процесса правового регулирования, то есть процесса упорядочивания общественных отношений.

Теперь, определив, что индивидуальный договор есть разновидность именно правового регулирования необходимо определиться, что же такое индивидуальный договор и что он из себя представляет.

Во-первых, индивидуальный договор, как отмечалось, есть средство регулирования отношений между людьми.

Во-вторых, индивидуальный договор порождает юридические права и обязанности. Договор вне права существовать не может, чем он и отличается от обычного соглашения, что также было отмечено ранее.

В-третьих, индивидуальный договор упорядочивает или же регулирует общественные отношения, а отношения, в свою очередь, могут возникнуть как минимум между несколькими лицами.

Нельзя заключить договор в строгом смысле с самим собой. Можно, конечно, дать себе установку не совершать какое либо действие, можно внушить себе определённый распорядок поведения, но всё это не будет договором в строгом смысле.

Индивидуальный договор есть явление общественное, явление, созданное для того, чтобы согласовывать воли как минимум нескольких лиц, чтобы слить несколько противоположных представлений в одно единое, тем самым снять частное, чтобы оно переросло в общее.

В-четвёртых, индивидуальный договор как регулятор создаёт предпосылку для реализации той модели поведения, которая в нём заложена. Договор для лиц, его согласовавших, создаёт модель определённого поведения, отклонение от которого может привести к неблагоприятным последствиям.

В-пятых, индивидуальный договор немыслим без соответствующей санкции за его нарушение. Санкция отличает обычное соглашение, которое, как правило носит бытовой, неопределённый характер, от договора определённого, формализованного, направленного на порождение строгих правил поведения, отклонение от которых влечёт соответствующие неблагоприятные последствия.

Собрав воедино представленное, выше получается, что индивидуальный договор - это правовое средство урегулирования общественных отношений, складывающихся между автономными лицами, создающее определённую модель поведения, отклонение от которой влечёт соответствующие неблагоприятные последствия.

В науке встречаются и другие определения индивидуального договора. Д.И. Мейер, учёный-правовед отмечал, что: «договор (*contractus, pactum*) представляет собой соглашение воли двух или нескольких лиц, которое порождает право на чужое действие, имеющее имущественный интерес [7, с. 508]».

Ещё один знаменитый учёный-правовед Г.Ф. Шершеневич, в свою очередь писал, что: «договором называется соглашение воли двух или более лиц, направленное к установлению, изменению или прекращению юридического отношения [10, с. 450]».

Если право как нормативный регулятор создаёт лишь общие модели поведения, не разбираясь во всех тонкостях и индивидуальных особенностях каждого отдельного общественного отношения, то такой пробел как раз призван восполнить индивидуальный договор.

Индивидуальный договор, как прежде всего правовое средство урегулирования общественных отношений, имеет ярко выраженную социальную направленность, тем самым определяется не только как правовое явление, но и социальное. Индивидуальный договор в

полной мере поддерживает систему общества, становясь неким дополнительным связующим звеном между элементами общества.

В зависимости от способности договариваться, соглашаться, достигать консенсуса решается вопрос о прочности и стойкости общества. Только то общество продолжает существовать, которое не подвергается постоянным внутренним сбоям, конфликтам. Общества, как уже отмечалось, есть система, а когда элементы системы вступают в противоречие, в разногласие, то, следовательно, и ставится под угрозу существование всей системы в целом.

Сфера применения индивидуального договора в обществе весьма обширна, с помощью него регулируются не только имущественные отношения, связанные с извлечением материальной выгоды, но и неимущественные. Всё это ещё раз подтверждает особую значимость индивидуального договора, как средства развития и совершенствования, а также упрочнения общественных отношений.

Индивидуальный договор как правовое средство играет важную роль в предотвращении социальных конфликтов.

Понятие конфликта раскрывалось в некоторых научных работах. Так, А.В. Махиянова писала, что: «конфликт – это отсутствие согласия между двумя или более сторонами. Каждая сторона прилагает усилия, чтобы была принята её точка зрения или цель, и мешает другой стороне делать то же самое [8, с. 21]».

А.С. Звоницкая в свою очередь отмечал, что: «конфликт — это разрыв и прекращение социальной связи между социальными объектами, основным признаком конфликта является возникающее на одной или на обеих сторонах возмущение вследствие нарушения императивных норм [11, с. 150].»

Не секрет, что люди, имеют личные интересы, которые побуждают их к определённым действиям, поступкам. Эти личные интересы людей во многом есть следствие биологической природы человека, удовлетворение этих личных интересов напрямую связано с поддержанием собственного организма в оптимальном состоянии и благоденствии.

Личный интерес одного лица, зачастую вступает в конфликт с личным интересом другого лица, по причине того, что ресурсы, предназначенные для его удовлетворения ограничены, их количество не может быть равномерно распределено между всем лицами. Как справедливо отмечала А.С. Звоницкая: «Трудно представить себе общество, между отдельными членами которого не существовало бы борьбы интересов, борьбы честолюбий, борьбы взглядов и т.д [11, с.187, 225]».

В связи с вышесказанным становится понятным, что кто-то получает больше ресурсов, а кто-то получает меньше, кто-то вообще ничего не получает, всё это становится явной предпосылкой для организации постоянной борьбы за распределение ограниченных ресурсов. Борьба за ресурсы характеризуется борьбой интересов.

Так как потребности отдельного лица постоянно растут, мы не можем и не смеем определить тот предел, который останавливает стремление лица к накоплению ресурсов.

То есть лицо, если оно будет следовать исключительно своей биологической функции и тем самым удовлетворять те животные потребности, которые ею вызываются, будет всегда недоволен своим положением, будет постоянно побуждаться к накоплению всё большего и большего количества ресурсов. Подобного рода состояние ввиду того, что лицо вынуждено соседствовать с другими лицами, непременно ведёт к возникновению конфликтов, столкновений, самых настоящих битв, из которых одни выходят победителями, а другие остаются проигравшими. Такое естественное состояние рисовал в своей работе Т. Гоббс: «При отсутствии гражданского состояния всегда имеется война всех против всех [8, с. 48]».

Состояние, которое поставлено в зависимость от исключительного удовлетворения того, к чему побуждает биологическая функция человека, есть самое низшее состояние, в

соответствии с которым человек ничем не отличается от любого другого представителя животного мира.

Однако человек — это не только биологическое существо, но и социальное. Социальная составляющая человека есть то наивысшее благо, которое позволяет нам сделать вывод о превосходстве человека над всем остальным животным миром. Именно благодаря следованию социальной составляющей, удовлетворяя те потребности, которая она вызывает, человек облагораживает свой характер, делает его более мягким и готовым проявлять не только эгоизм, но и сочувствие, самоотвержение.

Социальная составляющая определяет в человеке эмпатию, умение договариваться, соотносить свои поступки с поступками другого, находить выходы из конфликтных ситуаций, руководит его нравственными побуждениями.

Так, естественному состоянию, в котором биологическая составляющая превалирует над социальной и когда человек не видит ничего плохого в том, чтобы нанести вред другому человеку, исходя из сугубо личных биологических потребностей, противостоит состояние гражданское или же общественное, в котором социальная составляющая выходит на первое место.

В условиях гражданского, общественного состояния мирное и справедливое преодоление социальных конфликтов становится превыше всего. В таких условиях ценность каждого отдельного человека начинает отчётливо осознаваться и вместе с этим приходит понимание о необходимости уметь договариваться, даже несмотря на различие в идеях, в принципах, традициях и т.д.

Социальный аспект человеческого существа вместе с тем побуждает его к борьбе с затворничеством, следованием сугубо личным интересам или интересам мелкой группы (общины или семьи) так как это есть прямой путь к постепенному увяданию и отмиранию, ведь такой образ жизни не позволяет обогащаться новыми знаниями и создаёт лишь условия для постоянного прозябания в предрассудках и невежестве.

Как справедливо отмечал Р. Иеринг: «Прекратить заимствование извне и принудить организм к развитию “изнутри” значит умертвить его — развитие изнутри начинается только у трупа [9, с. 5]».

К.А. Гельвещий указывал, что: «Тот, кто сильно занимается мелкими интересами частных сообществ, необходимо будет придавать значение мелочам и уважать пустяки [6, с. 218]».

Указанные выше авторы отмечали, что только в связи с развитием внешних связей, а также с расширением собственных знаний посредством увеличения социальных контактов, возможно достигнуть интеллектуального совершенства.

Как только человек открывает для себя новый мир, построенный на активном социальном взаимодействии, мир общения и соглашения, свободный от предрассудков малой группы, так сразу он вступает на новый этап внутреннего и внешнего развития.

Такой человек учиться понимать другого, учиться воспринимать чужую культуру, учиться тому, что мир не ограничивается только его семьёй и его домом, что его ум не создан лишь как сосуд, который должен постоянно оставаться наполненным традициями и предрассудками, переданными ограниченным кругом близких людей.

В конце концов, человек, открывая новый мир начинает, облагораживать не только своё внутреннее состояние, но и внешнее.

Но вместе с тем процесс, связанный с активным построением социальных связей, с существованием в условиях гражданского состояния, с освоением человеком моделей поведения, не навязанных родовыми традициями, предрассудками и личными интересами, вызывает также необходимость совершенствования собственного самосознания и умения выстраивать длительные, прочные социальные связи.

Последующее развитие и укрепление общественных отношений в Российском государстве, на наш взгляд напрямую, будет зависеть от развития социальной составляющей человека и в соответствии с этим, его уровня самосознания и саморегулирования.

Предотвращение социальных конфликтов есть умение договориться даже в самой сложной ситуации, из которой, казалось бы, выход невозможен. Нахождение компромисса между спорящими сторонами способствует снятию напряжения в отношениях, а также созданию благоприятных условий для их развития.

Конфликт никогда не ведёт к положительному или же благоприятному результату, ибо даже завершение конфликта, как правило, становится лишь предпосылкой к его дальнейшему продолжению. Лишь договорённость, а также принятие другой стороны есть прямой путь к установлению порядка и покоя.

Индивидуально-договорное регулирование представляет собой сферу, в которой встречаются автономные лица, которые посредством договорённости, обсуждения и иного контактирования вначале урегулируют собственные отношения, а затем на основании этого достигают определённого заранее правового результата.

Для сторон важно достигнуть результата, но не простого результата, а правового результата, то есть такого, который был бы признан правопорядком, обществом. Самое главное, что подобный результат достигается мирным путём, путём совместной деятельности, не основанной на актах агрессии.

Очевидно, что стороны, заключая индивидуальный договор преследуют определённые цели и задачи.

Вступление в договорённость подразумевает наличие определённой цели. Никто не будет заключать индивидуальный договор бесцельно. Таким образом, стремление к согласованию воли сторон индивидуального договора продиктовано потребностью достижения определённых целей. Цель, в свою очередь, немыслима без интереса, ибо процесс достижение цели всегда должен чем-то обосновываться и поддерживаться. Интерес сторон, направленный на достижение определённой цели, реализуется посредством договорного взаимодействия. Это взаимодействие знаменует отказ от выбора в качестве средства достижения цели и тем самым удовлетворения интереса любых силовых методов. И сам выбор договорного взаимодействия в качестве средства удовлетворения интереса есть результат существования и активного воздействия социальной составляющей живого организма.

Индивидуальный договор становится средством на основании которого, происходит как бы взвешивание интересов сторон, каждая сторона понимает, что она не будет ущемлена, таким образом достигается компромисс, этот компромисс находит своё выражение как раз в индивидуальном договоре.

Расширение договорного регулирования есть прямой путь к развитию самосознания субъектов права и совершенствованию их навыков принятия самостоятельных решений, вместе с тем подобного рода совершенствование ведёт к усилению и укрупнению социальных связей в обществе.

Исходя из приведённого выше анализа, можно прийти к определённым выводам.

Во-первых, стабильность и процветание общества во многом зависит от отсутствия внутренних социальных конфликтов и устойчивости общественных отношений.

Во-вторых, общество представляет из себя систему, элементы которой находятся в постоянном взаимодействии, что подразумевает их существование в рамках определённых правил.

В-третьих, право является одним из самых действенных и обширных средств упорядочивания общественных отношений.

В-четвёртых, право и производный от него процесс правового регулирования, то есть упорядочивание общественных отношений, включает в себя индивидуально-договорное

регулирование как более гибкое и обширное по сравнению с нормативно-правовым регулированием средство реализации интересов элементов общества.

В-пятых, для предотвращения внутренних социальных конфликтов и построения крепких общественных отношений требуется универсальное средство, коим выступает индивидуальный договор. Индивидуальный договор — это правовое средство урегулирования общественных отношений, складывающихся между автономными лицами, создающее определённую модель поведения, отклонение от которой влечёт соответствующие неблагоприятные последствия.

В-шестых, индивидуальный договор на протяжении всей истории человечества использовался в качестве средства организации общественных отношений, именно за счёт расширения индивидуально-договорного регулирования во многом происходил процесс получения новых знаний о мире, о человеке и об обществе в целом.

В-седьмых, индивидуальный договор имеет не только высокую ценность как средство развития частной инициативы и частной ответственности лиц, но и как средство достижения намеченных правовых результатов мирным путём, без применения насилия.

Литература

1. Кривцов А.С. Абстрактные и материальные обязательства в римском и в современном гражданском праве: из Ученых Записок Императорского Юрьевского Университета / А. С. Кривцов. — Юрьев: Типография К. Маттисена, 1898. — 256 с.
2. Гельвеций К.А. Сочинения : в 2 т. Т. 1 / К. А. Гельвеций ; сост., общ. ред. и вступ. ст. Х. Н. Момджяна. — Москва: Мысль, 1973, 1974. — 637 с.
3. Гоббс Т. Левиафан — Москва: Мысль, 2001. — 240 с.
4. Дождев Д. В. Европейская традиция частного права: исследования по римскому и сравнительному праву: в 2 томах. Том 1. Право, справедливость, юридическая наука. Добросовестность. Вещные права и владение / Д. В. Дождев ; Исслед. центр част. права им. С. С. Алексеева при Президенте Рос. Федерации, Рос. шк. част. права. — Москва: Статут, 2021. — 466 с.
5. Дюркгейм Э. Метод социологии // Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Метод социологии / Под общ. ред. А.Б. Гофмана. М.: Наука, 1991. 575 с.
6. Иеринг Р. Дух римского права на различных ступенях его развития : Пер. с 3-го испр. нем. изд. Ч. 1- / [Соч.] Рудольфа Иеринга, орд. проф. прав. в Геттингене. - Санкт-Петербург : тип. В. Безобразова и К^о, 1875. — с. 309
7. Махиянова А. В. Конфликтология и социальные конфликты в обществе: учебное пособие / А. В. Махиянова, Д. М. Шакирова. — Казань: Казан. гос. энерг. ун-т, 2019 — 76 с.
8. Мейер, Д. И. Русское гражданское право : курс лекций / Д. И. Мейер. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Статут, 2021. — 846 с.
9. Нерсесянц, В. С. Национальная идея России во всемирно-историческом прогрессе равенства, свободы и справедливости. Манифест о цивилизме / В.С. Нерсесянц. — репр. изд. — Москва: Норма : ИНФРА-М, 2024. — 64 с.
10. Сорокин П.А. Преступление и кара: Социологический этюд об основных формах общественного поведения и морали / Сост., подг. текста, вступ. ст. и коммент. В.В. Сапова. — М.; СПб.; Сыктывкар: Центр гуманитарных инициатив, 2021 — 496 с.
11. Халтурин А. Н. Право как социальный регулятор / А. Н. Халтурин // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. — 2015. — № 5. — С. 76-82.
12. Шершеневич Г.Ф. Избранное. Т. 5: Учебник русского гражданского права / Вступ. слово, сост.: П.В. Крашенинников. — М.: Статут, 2017. — 832 с.

Правила оформления материалов

Имя файла: Фамилии авторов_статья.doc

Формат файла: doc, docx

Общий объем статьи должен быть не менее 6 страниц и не более 10 страниц. Текст должен быть четко структурирован, с изложением анализируемой проблемы и основных результатов исследования.

Параметры форматирования

поля: слева – 3,5 см, справа – 1,5 см, сверху – 2 см, снизу – 2 см.

абзацные отступы – 0,7 см.

междустрочный интервал – одинарный.

шрифт – Times New Roman, кегль (высота букв) – 12pt

выравнивание – по ширине

автоматическая расстановка переносов - отключена

Название статьи на русском и английском языках

шрифт – Times New Roman, кегль (высота букв) – 14pt

начертание – полужирный, ПРОПИСНЫЕ буквы

Аннотация и ключевые слова на русском и английском языках

объем аннотации 400-500 знаков.

количество ключевых слов: 5-8.

междустрочный интервал – одинарный.

шрифт – Times New Roman, кегль (высота букв) – 10pt

В статье необходимо указать код УДК.

Оформление таблиц и графических объектов

В тексте обязательно должны быть ссылки на все рисунки и таблицы, например: см. рис. 1.1, согласно табл. 2.1.

Таблицы

Размер шрифта таблиц 10pt, гарнитура Times New Roman.

Название таблицы пишется над таблицей без абзацного отступа, выравнивание по ширине, начертание обычное, размер шрифта 10pt. Например: Таблица 1. Название

Таблицы должны быть созданы в MS Word или MS Excel. Сканированные таблицы не допускаются. Источник данных должен быть указан под таблицей, если таблица не авторская.

Таблица отделяется от текста сверху и снизу пустой строкой.

Все таблицы в тексте должны быть пронумерованы.

Графические объекты

Рисунки и схемы оформляются только в черно-белом варианте.

Разрешение рисунков должно быть не ниже 300 dpi.

Все рисунки должны быть пронумерованы, если рисунок в статье один, то он не нумеруется. Подписи под рисунком обязательны и приводятся на русском языке (если основной текст на русском языке). Текст подписи помещается под рисунком или схемой, без

абзацного отступа, выравнивание по ширине, размер шрифта 10pt, гарнитура Times New Roman, начертание обычное. Например: Рисунок 1. Название

Графические объекты отделяются от текста сверху и снизу пустой строкой.

Указание источников рисунков или таблиц: Составлено по: [1, с. 35] или Источник: [1, с. 35–40].

Формулы

Формулы оформляются с использованием встроенного средства оформления формул программы текстового редактора.

Приложения

Статья оформляется без приложений.

Ссылки на литературу

Цитирование в тексте: все ссылки на литературу в тексте статьи должны быть представлены в списке литературы и наоборот. В статьях допускаются только затекстовые ссылки.

Рекомендованное количество ссылок не менее 5–7, но и не более 15.

Оформление ссылок в тексте статьи: все цитаты и заимствования в тексте оформляются, используя для ссылок квадратные скобки: в тексте после цитаты в скобках указывается номер упомянутой позиции в списке литературы, номер страницы, например: [1].

Если ссылка идет на конкретную страницу или диапазон страниц, это указывается, например: [1, с. 35] или [1, с. 35–40].

Если ссылка идет на несколько позиций списка литературы, то они перечисляются в общих квадратных скобках по возрастанию номеров, с разделением точкой с запятой, например: [1, с. 35–40; 2, с. 51; 3, с. 116].

Если ссылка на литературу стоит в конце предложения, то оканчивающий предложение знак препинания ставится после закрывающей квадратной скобки. Например: «...ряда авторов [7; 8].»

Оформление списка литературы

Общие правила

1. Литература оформляется *в алфавитном порядке*. Сначала источники на русском языке, затем – на иностранных языках.
2. Шрифт – Times New Roman, кегль (высота букв) – 10pt.
3. Выравнивание – по ширине.
4. Литература оформляется по ГОСТ 7.05-2008.
5. Не рекомендуется, чтобы в списке литературы присутствовало более 15% источников старше 5 лет.

Прием рукописей производится в электронном виде по адресу: telescope-journal@yandex.ru

Образец оформления материалов

УДК: 316.46

Иванов Иван Иванович

Кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социологии и управления персоналом Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Контактная информация: 193023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д.21; тел.: (911) 111-11-11; e-mail: ivanov@mail.ru

НАЗВАНИЕ СТАТЬИ

Аннотация:

Ключевые слова: слово 1; слово 2; слово 3;...

I. Ivanov.

PhD in Social Sciences, Associate Professor, Associate Professor of Sociology and Human Resource Management Department of Saint-Petersburg State Economic University

Contact information: 21 Sadovaya street, Saint-Petersburg, 193023; tel.: (911) 111-11-11; e-mail: ivanov@mail.ru

TITLE

Abstract.

Keywords: keyword 1; keyword 2; keyword 3;...

Rules for registration of materials

File name: Authors surnames_article.doc

File format: doc, docx

The total volume of the article should be at least 6 pages and no more than 10 pages. The text should be clearly structured, outlining the analyzed problem and the main results of the research.

Formatting options

margins: left - 3.5 cm, right - 1.5 cm, top - 2 cm, bottom - 2 cm.

paragraph indents - 0.7 cm.

line spacing is single.

font - Times New Roman, size (letter height) - 12pt

alignment - in width

automatic hyphenation - disabled

Title of the article in Russian and English

font - Times New Roman, size (letter height) - 14pt

typeface - bold, CAPITAL letters

Abstract and keywords in Russian and English

the volume of the Abstract is 400-500 characters.

number of keywords: 5-8.

line spacing is single.

font - Times New Roman, size (letter height) - 10pt

The article must indicate the UDC code.

Decoration of tables and graphic objects

The text must contain references to all figures and tables, for example: see fig. 1.1, according to table. 2.1.

Tables

The font size of the tables is 10pt, the typeface is Times New Roman.

The table name is written above the table without paragraph indentation, justified alignment, normal style, font size 10pt. For example: Table 1. Title

The tables must be created in MS Word or MS Excel. Scanned tables are not allowed. The data source must be indicated below the table if the table is not the author's one.

The table is separated from the text at the top and bottom by a blank line.

All tables in the text should be numbered.

Graphic objects

Drawings and diagrams are made out only in black and white.

The resolution of drawings must be at least 300 dpi.

All figures should be numbered, if there is only one figure in the article, then it is not numbered.

The captions under the figure are required and are provided in Russian (if the main text is in Russian). The text of the signature is placed under the picture or diagram, without indentation, justified alignment, font size 10pt, typeface Times New Roman, normal style. For example: Figure 1. Title

Graphic objects are separated from the text at the top and bottom by a blank line.

Indication of sources of figures or tables: Compiled according to: [1, p. 35] or Source: [1, p. 35-40].

Formulas

Formulas are formatted using the built-in formulas design tool of the text editor program.

Applications

The article is drawn up without attachments.

Literature references

Citation in the text: all references to literature in the text of the article must be presented in the bibliography and vice versa. Only text links are allowed in articles.

The recommended number of links is at least 5-7, but no more than 15.

Formatting links in the text of the article: all citations and borrowings in the text are made out using square brackets for links: in the text after the quotation in brackets the number of the mentioned position in the list of references, page number, for example: [1].

If the link goes to a specific page or range of pages, this is indicated, for example: [1, p. 35] or [1, p. 35-40].

If the link goes to several positions in the bibliography, then they are listed in common square brackets in ascending numbers, separated by semicolons, for example: [1, p. 35-40; 2, p. 51; 3, p. 116].

If a reference to literature is at the end of a sentence, then the ending punctuation mark is placed after the closing square bracket. For example: "... a number of authors [7; 8]."

List of references

General rules

1. References are arranged in alphabetical order. First, the sources are in Russian, then in foreign languages.
2. Font - Times New Roman, size (letter height) - 10pt.
3. Alignment - in width.
4. References are made in accordance with GOST 7.05-2008.
5. It is not recommended that the list of references contains more than 15% of sources older than 5 years.

Manuscripts are accepted in electronic form at the address: telescope-journal@yandex.ru

Уважаемые авторы и читатели журнала!

Статьи журнала включаются в основные научные базы данных:

1. Российский индекс научного цитирования (РИНЦ), доступный в Интернете по адресу <http://www.elibrary.ru> (Научная электронная библиотека). РИНЦ – база данных, содержащая библиографическую информацию, извлеченную из текста статей, а также пристатейных ссылок (списков литературы)
2. Cyberleninka (Киберленинка), доступный в Интернете по адресу <https://cyberleninka.ru>
3. Академия Google (Google Scholar), доступный в Интернете по адресу <https://scholar.google.ru/>

По вопросам приобретения обращаться в издательство 8(812) 310-19-04

telescope-journal@yandex.ru

Точка зрения редакции может не совпадать с мнениями авторов статей.

При перепечатке ссылка на Российский научный журнал «Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований» обязательна.

Для заметок