



Прогрессивная



ЭКОНОМИКА

Международный
научно-исследовательский
журнал

№8 / 2022

Главный редактор журнала:

Куликова Ирина Викторовна, кандидат экономических наук (08.00.05), доцент кафедры «Международная торговля и таможенное дело», Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия

Члены редакционной коллегии:

Хапилин Станислав Анатольевич, доктор экономических наук (08.00.14), доцент кафедры «Международная торговля и таможенное дело», Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия

Азиева Раиса Хусаиновна, кандидат экономических наук (08.00.05), профессор кафедры «Экономическая теория и государственное управление» Института цифровой экономики и технологического предпринимательства, Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщиков, Чеченская Республика, Россия

Магомаева Лейла Румановна, доктор экономических наук (08.00.10), заведующая кафедрой «Информационные системы в экономике», директор института цифровой экономики и технологического предпринимательства», Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщиков, Чеченская Республика, Россия

Токаев Нох Хасанбиевич, доктор экономических наук (08.00.10), профессор, заведующий кафедрой «Финансы и кредит» факультета экономики и управления, Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова, Владикавказ, Россия

Токаева Татьяна Ивановна, доктор экономических наук (08.00.01), профессор, профессор кафедры «Экономика факультета экономика и управления», Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова, Владикавказ, Россия

Лопастейская Людмила Геннадьевна, кандидат экономических наук (08.00.05), доцент кафедры «Экономика, налогообложение и бухгалтерский учет», Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск, Россия

Лазарев Владимир Николаевич, доктор экономических наук (08.00.05), профессор, заведующий кафедрой «Экономика и менеджмент», Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск, Россия

Сигунова Татьяна Анатольевна, кандидат экономических наук (08.00.05), профессор, профессор кафедры «Финансовый учет и контроль», МИРЭА – Российский технологический университет, Москва, Россия

Джандарова Луиза Хусановна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экология и природопользование» (08.00.05), Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщиков, Чеченская Республика, Россия

Власова Екатерина Яковлевна, доктор экономических наук (08.00.05), профессор кафедры «Природообустройство и водопользование», Уральский государственный горный университет, Екатеринбург, Россия

Цыдыпова Алена Викторовна, кандидат экономических наук (08.00.10), Бурятская государственная сельскохозяйственная академия им. В.Р. Филиппова, Улан-Удэ, Россия

Стоянова Инна Анатольевна, доктор экономических наук (08.00.05), профессор кафедры промышленного менеджмента, заместитель директора, Центр стратегического менеджмента и конъюнктуры сырьевых рынков Горного института НИТУ «МИСиС», Москва, Россия

Яндыганов Яков Яныбаевич, доктор географических наук, профессор, заслуженный деятель науки и образования, профессор кафедры «Сервисная экономика», Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург, Россия

Бекмурзаева Рашия Хамзатовна, кандидат экономических наук (08.00.05), доцент кафедры «Экономика и экономическая безопасность предприятий и отраслей», Чеченский государственный университет имени А.А. Кадырова, Грозный, Россия

ИНН / ОГРНИП: 310263101740 / 321312300063333

ISSN электронной версии: 2713-1211

Регистрационный номер СМИ: Эл № ФС77-82380 выдан 23.12.2021 Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

Префикс DOI: 10.54861

E-mail: progressive-science@yandex.ru

Сайт: <https://progressive-economy.ru>

© Прогрессивная экономика, 2022 г.

Подписано к публикации: 30.08.2022

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Рустамова Д.Д.

СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УСЛУГ И
БИЗНЕС-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ..... 5

Суравикина Е.В.

ОЦЕНКА ВОСПРИЯТИЯ СОИСКАТЕЛЯМИ ФОРМАТА ВИДЕО-
ИНТЕРВЬЮ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ГАЗПРОМНЕФТЬ-
СНАБЖЕНИЕ») 24

Аванесян Э.А.

ФАКТОРЫ РАЗМЕЩЕНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНЕ (НА ПРИМЕРЕ
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ) 38

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

DOI: 10.54861/ 27131211_2022_8_5

УДК 378.1

СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УСЛУГ И БИЗНЕС-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Рустамова Д.Д., доцент Андижанского института сельского хозяйства и агротехнологии, г. Андижан, Узбекистан

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы повышения образовательных услуг и предпринимательской деятельности в системе высшего образования Республики Узбекистан. Усовершенствованы определения таких понятий, как «образовательные услуги», «предпринимательская деятельность», «предпринимательская деятельность в высшем образовании». Систематизирована и усовершенствована структура образовательных услуг и предпринимательской деятельности в условиях модернизации экономики. Разработана система показателей, отражающая эффективность образовательных услуг и предпринимательской деятельности. Сделан вывод, что эти показатели должны быть выражены отдельно для образовательных услуг и отдельно для предпринимательской деятельности. Определены факторы, влияющие на уровень эффективности связанной с предоставлением образовательных услуг работы преподавателей, занятых в высших учебных заведениях. Предложенные научно теоретические и практические рекомендации помогут увеличить в будущем эффективность предоставляемых учебными заведениями образовательных услуг и предпринимательской деятельности, повысить конкурентоспособность

высших учебных заведений.

Ключевые слова: образовательные услуги, предпринимательская деятельность, источник внебюджетного финансирования, внебюджетная деятельность системы образования, высшее образование, улучшение финансирования.

WAYS TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF SERVICES AND BUSINESS ACTIVITIES IN THE HIGHER EDUCATION SYSTEM

Rustamova D.D., Associate Professor of the Andijan Institute of Agriculture and Agrotechnology, Andijan, Uzbekistan

Abstract. The article discusses the issues of improving educational services and entrepreneurship in the higher education system of the Republic of Uzbekistan. Definitions of such concepts as "educational services", "entrepreneurial activity", "entrepreneurial activity in higher education" have been improved. The structure of educational services and entrepreneurship in the context of economic modernization has been systematized and improved. A system of indicators reflecting the effectiveness of educational services and entrepreneurship has been developed. It is concluded that these indicators should be expressed separately for educational services and separately for entrepreneurial activity. The factors influencing the level of effectiveness of the work of teachers employed in higher educational institutions related to the provision of educational services are determined. The proposed scientific, theoretical and practical recommendations will help to increase the efficiency of educational services and entrepreneurship provided by educational institutions in the future, and increase the competitiveness of higher education institutions.

Keywords: educational services, entrepreneurial activity, source of extra-budgetary financing, extra-budgetary activity of the education system, higher education, improvement of financing.

JEL classification: L31, P36, A22.

Для цитирования: *Рустамова Д.Д. Способы повышения эффективности услуг и бизнес-деятельности в системе высшего образования // Прогрессивная экономика. 2022. № 8. С. 5–23.*

Введение

В развитых странах большое внимание уделяется инвестированию в полный цикл образования, то есть «инвестированию в образование ребенка в возрасте от 3 до 22 лет. Эти инвестиции принесут обществу в 15-17 раз больше прибыли». Благодаря этому, в структуре услуг большое внимание уделяется сфере образования. «В развитых странах на этот сектор приходится большая часть прироста ВВП. Например, на сегодняшний день доля сферы услуг в ВВП США составила 78 %, в странах Европы – более 70 %, в Китае – 51,6 %. В странах СНГ, например, в Казахстане, эти данные составили 54,2 %, в Белоруссии – 48,0%» [1]. Часть ВВП направляется на развитие сферы образования. В частности, в США этот показатель составляет 6,6% ВВП; 5,8% в Германии и 3,6% в России. В этих условиях важное значение имеет повышение доходности высших образовательных учреждений и расширение их финансовых возможностей в результате повышения эффективности услуг и предпринимательской деятельности в системе образования.

История развитых стран мира показывает, что в их развитии особое внимание уделяется, в первую очередь, сфере образования, где растет потребность в научных исследованиях, направленных на повышение эффективности на основе диверсификации образовательных услуг и предпринимательской деятельности. В связи с этим особое внимание уделяется научным исследованиям в области оптимизации процессов принятия управленческих решений для организации деятельности вузов, совершенствования образовательных услуг с использованием современных информационных технологий, внедрения цифрового образования, развития

дистанционного образования, дифференциации программ высшего образования в зависимости от их важности, внедрения механизмов стимулирования повышения эффективности предпринимательской деятельности и образовательных услуг.

В последние годы проводятся глубоко продуманные, научно обоснованные, широкомасштабные реформы в системе образования нашей страны. В частности, решаются такие вопросы, как расширение новых и инновационных видов предпринимательской деятельности с дальнейшим улучшением количества и качества услуг, предоставляемых образовательными учреждениями, их реформирование на основе диверсификации, внедрение оптимальных, новых механизмов внебюджетного финансирования системы, основание на передовую практику развитых зарубежных образовательных учреждений и налаживание широкой взаимовыгодной интеграции с ними, в особенности, достижение высокой эффективности системы образования. В связи с этим в Послании Президента Республики Узбекистан Олий Мажлису одним из ключевых направлений было названо следующее: «Мы должны дать достойное образование нашему молодому поколению, стимулировать его интерес к науке и знаниям. Необходимо развивать систему дошкольного образования, укреплять материально-техническую базу учреждений среднего и высшего образования, кардинально повысить качество научного и учебного процессов» [7].

Методология исследования

За годы независимости особое значение приобрели вопросы повышения эффективности образовательных услуг в стране и предпринимательской деятельности в высших образовательных учреждениях. Тем не менее, эти вопросы менее изучены с точки зрения предоставления услуг.

В настоящее время некоторые аспекты улучшения финансирования посредством развития образовательных услуг и предпринимательской деятельности в высших образовательных учреждениях в определенной степени рассматриваются в экономической литературе [8]. На основе анализа

этих подходов были разработаны усовершенствованные определения таких понятий, как «образовательные услуги», «предпринимательская деятельность», «предпринимательская деятельность в высшем образовании».

Образовательные услуги – это осознанная деятельность лиц, формирующих знания, относительно преимуществ ориентированного на услуги процесса, предназначенного для удовлетворения долгосрочных потребностей отдельных лиц, правительства, общества и других субъектов обучения [2].

Прежде чем описывать предпринимательскую деятельность в системе образования, остановимся на ее общем определении. По этому поводу тоже было высказано достаточно мнений. В нашем исследовании мы сочли целесообразным включить следующее определение предпринимательства, основанное на определении М.К. Пардаева и Ж.И. Исраилова: под предпринимательской деятельностью понимается деятельность, осуществляемая предпринимателями на основе действующего законодательства, обеспечивающая получение значительной прибыли за счет производства и продажи товаров (работ, услуг), отвечающих требованиям общества на основе имущественной ответственности [6]. Суть этого определения легла в основу разработки определения предпринимательской деятельности в системе образования.

Предпринимательская деятельность в высшем образовании – это деятельность, осуществляемая высшим образовательным учреждением в соответствии с действующим законодательством, направленная на повышение знаний, соответствующих потребностям общества, государства и населения на основе его имущественной ответственности и обеспечение определенной суммы прибыли.

Внебюджетные мероприятия системы образования – это деятельность, направленная на развитие образования на основе использования внебюджетных средств. На этой основе было разработано определение источника внебюджетного финансирования.

Внебюджетные источники финансирования являются дополнительными источниками финансирования, которые не включены в государственный бюджет, но получены от развития образовательных услуг и предпринимательской деятельности. Дополнительные услуги и предпринимательская деятельность в системе образования является основой внебюджетной деятельности.

Под источниками внебюджетного финансирования подразумеваются источники дополнительного финансирования, основанные на развитии образовательных услуг и предпринимательской деятельности, которые не покрываются из государственного бюджета. Дополнительные услуги и предпринимательская деятельность являются основой внебюджетной деятельности в системе образования и способствуют обеспечению их конкурентоспособности.

Под конкурентоспособностью высшего образования подразумевается его превосходство над другими конкурентами с точки зрения финансово-экономического, материально-технического, кадрового потенциала и других показателей, а также наличие комплексных мер, отображающих их способность безубыточно работать и быстро адаптироваться к изменениям окружающей среды и устойчивость [3].

Результаты и обсуждение

Систематизирована и усовершенствована структура образовательных услуг и предпринимательской деятельности в условиях модернизации экономики (рис. 1). Специфика эффективности услуг и предпринимательской деятельности в системе образования может отражаться в следующем:

Во-первых, на рынке образовательных услуг существует большое количество высших образовательных учреждений. Это создает конкурентную среду, тем самым оправдывая необходимость повышения эффективности.

Во-вторых, цены на продукцию высшего образования не основаны на рыночных принципах и, следовательно, не учитывают цены на продукцию. Это не позволяет оценить реальную эффективность в системе высшего

образования.

В-третьих, высшие образовательные учреждения при реализации своих образовательных услуг и продуктов в какой-то мере удовлетворяют спрос на общие услуги и продукты на рынке. Тем не менее, взаимоотношения по вопросам выполнения требований большого количества потребителей, заинтересованных в их владении и использовании, еще не сформированы.

В-четвертых, тот факт, что высшие образовательные учреждения не имеют четкого представления о своих потребителях, их местонахождении, их количестве, их желаниях и потребностях на рынке образовательных услуг и продуктов, также создает некоторые проблемы для повышения и оценки эффективности.

В-пятых, научно-теоретически обосновано, что структура служб высшего образования Республики, в отличие от очной формы образования, должна включать инновационную, то есть дистанционную форму обучения, ее особенности, преимущества и недостатки.

В-шестых, необходимо внедрить корпоративное управление в международно-признанную систему образования, вовлекая учителей и учащихся в образовательные услуги и предпринимательскую деятельность.

Основной задачей системного подхода является выявление и демонстрация сложности системы, а также обоснование путей повышения эффективности при сохранении независимости в управлении проблемами, с которыми можно столкнуться в будущем при управлении системой.

Исследования показывают, что одним из важнейших аспектов становится вопрос развития и повышения эффективности образовательных услуг и предпринимательства в высших учебных заведениях, обеспечения их конкурентных преимуществ. Определение и анализ показателей, отражающих эффективность образовательных услуг и предпринимательской деятельности, имеет важное значение для эффективного управления внутренними возможностями высшего образовательного учреждения.

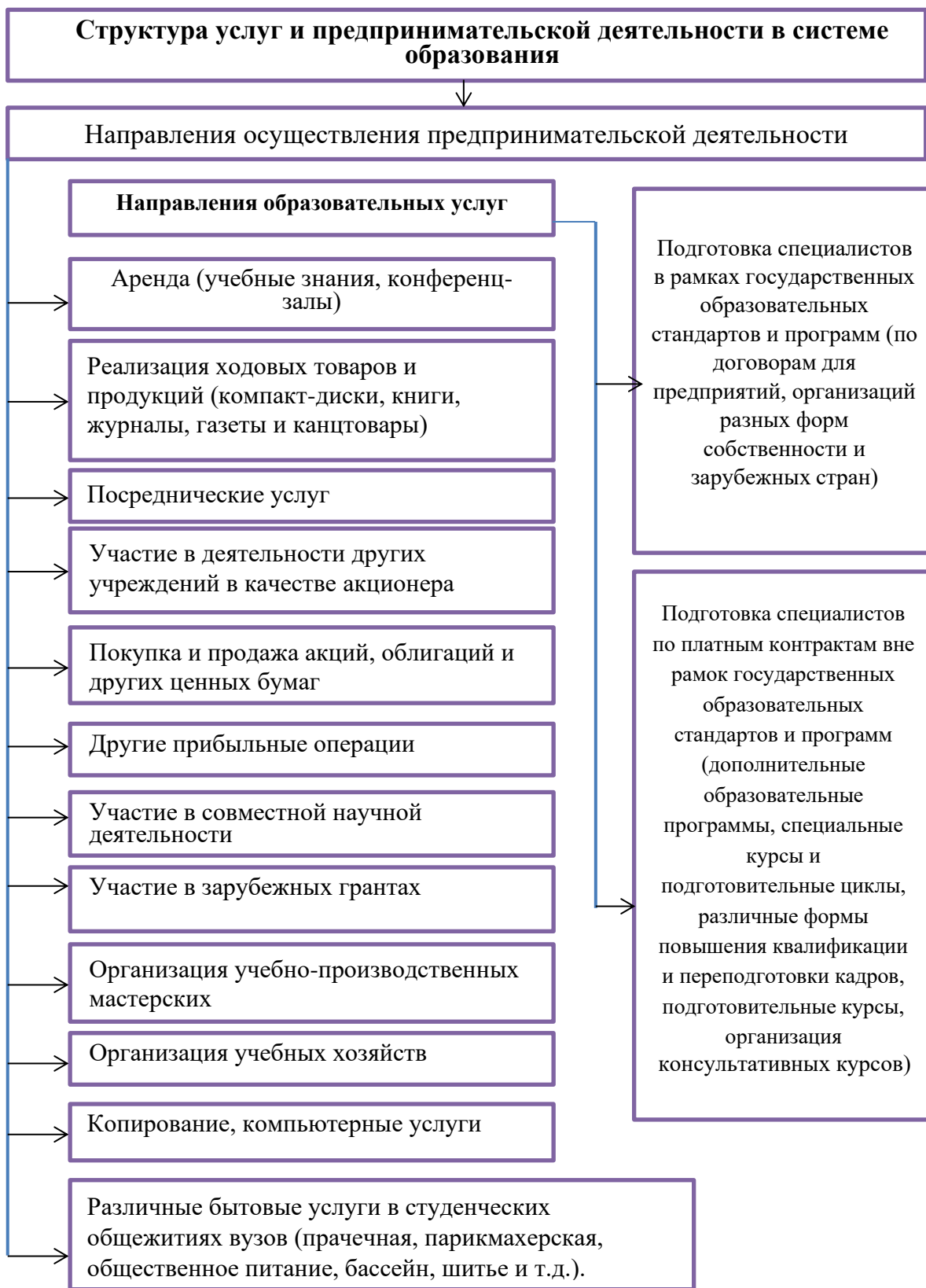


Рис. 1. Структура услуг и предпринимательской деятельности в системе образования

Источник: составлено автором

Вопрос предоставления конкурентоспособных, отвечающих требованиям высокого качества образовательных услуг в условиях доминирования государственных и рыночных принципов, является одним из наиболее серьезных вопросов, стоящих перед вузом. В тот момент, когда система образования переходит в новые условия, существующие методы оценки также должны быть модернизированы.

Резюмируя вышесказанное, была разработана система показателей, отражающая эффективность образовательных услуг и предпринимательской деятельности. Был сделан вывод, что эти показатели должны быть выражены отдельно для образовательных услуг и отдельно для предпринимательской деятельности. Имена и способы их идентификации перечислены в таблице ниже (табл. 1).

Таблица 1

Система показателей, отражающих эффективность образовательных услуг и предпринимательской деятельности

№	Наименование показателей	Пути определения	Что выражает
Показатели эффективности образовательных услуг			
1	Рентабельность образовательных услуг (Тхр)	$T_{xp} = \frac{T_{xf} * 100}{T_{xx}}$ где Тхф – прибыль от образовательных услуг; Тхх – расходы на образовательные услуги	Сколько прибыли приходится на 100 сум расходов образовательных услуг
2	Производительность труда работников образовательных служб (Тмс)	$T_{ms} = \frac{T_{xt}}{T_{xbx}}$ где Тхт – выручка от образовательных услуг; Тхбх – сотрудники, занятые образовательными услугами	Выручка на одного работника образовательных услуг
3	Отношение объема образовательных услуг к общему количеству профессорско-преподавательского состава (Тхпу)	$T_{xpu} = \frac{T_{xt}}{T_{bpu}}$ где Тхт – выручка от образовательных услуг; Тбпу – количество профессорско-преподавательского состава, занятого в	Количество образовательных услуг на одного преподавателя

		образовании	
4	Степень охвата профессорско-преподавательского состава сотрудниками образовательных услуг (Тхкд)	$Тхкд = \frac{Тхбх * 100}{Тхпу}$ где: Тхбх – сотрудники, занятые образовательными услугами; Тхпу – общее количество профессорско-преподавательского состава, занятого в образовании	Сколько процентов профессорско-преподавательского состава составляет сотрудников образовательных услуг
Показатели эффективности предпринимательской деятельности			
1.	Рентабельность предпринимательской деятельности в сфере образования (Тфр)	$Тфр = \frac{Таф * 100}{Тфх}$ где Таф – прибыль от предпринимательства; Тфх – расходы на предпринимательство	Сколько прибыли приходится на 100 сум расходов предпринимательской деятельности
2.	Производительность труда сотрудников, занятых в сфере образования (Тфхс)	$Тфхс = \frac{Тхт}{Тхбх}$ где Тхт – выручка от предпринимательства; Тхбх – общее количество профессорско-преподавательского состава, занятого в образовании	Выручка от предпринимательства на одного преподавателя, занятого в сфере образования
3.	Степень охвата профессорско-преподавательского состава сотрудниками, занятыми предпринимательством (Тфкд)	$Тфкд = \frac{Тфбх * 100}{Тхбх}$ где Тфбх – количество сотрудников, занятых в предпринимательстве; Тхбх – общее количество профессорско-преподавательского состава, занятого в образовании	Сколько процентов профессорско-преподавательского состава составляет сотрудников, занимающихся предпринимательством

Источник: составлено автором на основе [2; 3]

Формирование системы показателей оценки эффективности предпринимательской деятельности в высших учебных заведениях, приведенных в данной таблице, и разработка научно обоснованной методики их анализа помогут повысить качество и конкурентоспособность управления высшего учебного заведения.

Определены факторы, влияющие на уровень эффективности связанной с предоставлением образовательных услуг работы преподавателей, занятых в

высших учебных заведениях.

Определено влияние следующих факторов на уровень эффективности труда профессорско-преподавательского состава, занятого в высшем учебном заведении:

- эффективность затрат на образовательные услуги ($T_{хр}$);
- обеспеченность работников, занятых образовательными услугами, расходами на образовательные услуги ($T_{ххт}$);
- степень охвата профессорско-преподавательского состава сотрудниками образовательных услуг ($T_{хкд}$).

Мы рекомендуем использовать следующую формулу аддитивной модели, чтобы определить влияние этих факторов на уровень эффективности труда профессорско-преподавательского состава, занятого в высших учебных заведениях:

$$T_{хпу} = T_{хр} * T_{ххт} * T_{хкд}, \quad (1)$$

Согласно этой формуле, необходимо определить влияние всех факторов, влияющих на результативный показатель. Этот расчет начинается с определения их разницы:

$$\Delta T_{хпу} = (T_{хр х} * T_{ххт х} * T_{хкд х}) - (T_{хр р} * T_{ххт р} * T_{хкд р}), \quad (2)$$

Для расчета влияния первого фактора на изменение эффективности труда профессорско-преподавательского состава вузов по оказанию образовательных услуг, то есть изменение результативного показателя, используется следующая формула:

$$\Delta T_{хпу тхр} = (T_{хр х} * T_{ххт р} * T_{хкд р}) - (T_{хр р} * T_{ххт р} * T_{хкд р}), \quad (3)$$

Для определения влияния на результативный показатель второго фактора, то есть обеспеченности сотрудников, занятых образовательными услугами расходами на образовательные услуги, рекомендуется следующая формула:

$$\Delta T_{хпу} тххт = (T_{хр х} * T_{ххт х} * T_{хкд р}) - (T_{хр х} * T_{ххт р} * T_{хкд р}), (4)$$

Для определения влияния на изменение анализируемого показателя третьего фактора, то есть влияния степени охвата профессорско-преподавательского состава сотрудниками образовательных услуг, используется следующая формула:

$$\Delta T_{хпу} тхкд = (T_{хр х} * T_{ххт х} * T_{хкд х}) - (T_{хр х} * T_{ххт х} * T_{хкд р}), (5)$$

Влияние всех факторов равно общему изменению результата:

$$\Delta T_{хпу} = \Delta T_{хпу} тхр \pm \Delta T_{хпу} тххт \pm \Delta T_{хпу} тхкд, (6)$$

Образовательные учреждения, в том числе высшие учебные заведения, имеют свои особенности по сравнению с другими субъектами социально-экономической системы:

- во-первых, в этой области формируется несколько поколений профессионалов, отражающих в ходе своей будущей карьеры знания, которые они приобрели в вузе;
- во-вторых, система образования, в отличие от любой другой сферы, зависит от экономической, социальной и политической обстановки в стране;
- в-третьих, «продукты, произведенные в системе высшего образования», проявляются в человеческом капитале.

Выявлены факторы, влияющие на уровень эффективности, связанной с

предоставлением образовательных услуг труда профессорско-преподавательского состава, занятого в высших учебных заведениях. Разработана система показателей для определения влияния этих факторов на уровень эффективности, связанной с предоставлением образовательных услуг труда профессорско-преподавательского состава, занятого в высших учебных заведениях.

Благодаря развитию образовательных услуг и предпринимательской деятельности была разработана система показателей и факторов, влияющих на конкурентоспособность высших образовательных учреждений. Они систематизированы в две группы (внутренние и внешние факторы). Все эти факторы повышают прибыльность образовательных учреждений и повышают эффективность работы отрасли.

В свою очередь, проанализируем удельный вес образования в расходах государственного бюджета (табл. 2).

Как видно из таблицы, в 2018 году наблюдалась тенденция роста всех показателей по сравнению с 2011 годом. В частности, этот показатель увеличился с 33,3% до 33,8%. Можно увидеть, что в 2014 и 2015 годах сумма расходов составила 34,1%. В структуре расходов бюджета общие расходы на социальную сферу и социальную поддержку населения в 2011 году составили 7 787,1 млрд. сум, а в 2018 году – 22546,4 млрд. сум, из этого нетрудно увидеть значительность расходов на образование.

Таблица 2

**Доля образования в структуре расходов государственного бюджета
Республики Узбекистан**

№	Наименование показателя	Расходы, в разрезе годов (млрд. сум)						
		2011	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Образование	4464,1	5582,9	7 130,40	8803,3	10673,5	12 162,2	13831,7
2	Здравоохранение	1716,5	2226,7	3 024,90	3709,9	4507,2	5 218,5	5 811,6
3	Культура и спорт	154,5	185,3	223,4	287,4	361,5	387,5	460,6
4	Наука	81,3	108,8	137,4	164,7	187	216,7	238,2
5	Социальное обеспечение	58,2	72,2	86,9	106,4	126,2	147,5	161,1
6	Социальные пособия,	1312,5	1378,4	1617,20	1611,3	1805	2 102,6	2 043,2

№	Показатели источников дохода	2015		2016		2017		2018	
		КОЛ-ВО	ДОЛЯ, В %	КОЛ-ВО	ДОЛЯ, В %	КОЛ-ВО	ДОЛЯ, В %	КОЛ-ВО	ДОЛЯ, В %
	Всего, в том числе:	137,4	100,0	218,4	100,0	309,0	100,0	407,8	100
1.	Поступления из государственного бюджета	56,1	40,8	86,6	39,7	117,2	37,9	124,3	30,5
2.	Поступление контрактных платежей	74,6	54,3	123,1	56,4	174,5	56,5	264,6	64,9
3.	Другие доходы, в том числе:	6,8	4,9	8,7	4,0	17,3	5,6	18,9	4,6
3.1.	От образовательных услуг	2,2	1,6	2,9	1,3	3,5	1,1	4,0	1,0
3.2.	От предпринимательской	3,3	2,4	4,3	2,0	12,1	3,9	12,9	3,2
3.3.	За счет спонсорства	1,3	0,9	1,5	0,7	1,7	0,6	2,0	0,5

Источник: составлено автором на основе [4; 5; 7]

Осуществляемые в республике социально-экономические изменения требуют адаптации системы высшего образования к рыночным условиям хозяйствования. В Послании Президента Республики Узбекистан Олий Мажлису от 24 января 2020 года отмечено: «Высшим учебным заведениям поэтапно будет предоставлена академическая и финансовая самостоятельность. На самофинансирование в этом году перейдут 10 вузов» [7]. Постепенно учебные заведения переходят на принцип финансовой независимости.

На основании оценки образовательных услуг и предпринимательской деятельности образовательных учреждений, действующих в системе высшего образования, можно сделать следующие выводы относительно повышения перспектив их эффективности:

- финансирование вузов осуществляется в основном по двум направлениям (бюджетные и внебюджетные средства), в структуре которого наблюдается рост внебюджетных средств;

- доходы от образовательных услуг и предпринимательской деятельности отображаются как одно из направлений внебюджетных средств, хотя на самом деле объем внебюджетных средств широк;

- ежегодное увеличение вклада юридических и физических лиц в высшие учебные заведения в форме спонсорской (безвозмездной) помощи;
- повышение уровня эффективного использования финансовых ресурсов в высших учебных заведениях из года в год.

Если разработанные нами рекомендации будут реализованы на практике, считаем, что в системе высших учебных заведений будет происходить быстрое развитие образовательных услуг и устойчивый рост эффективности предпринимательской деятельности. В результате, как отмечено в «Концепции развития системы высшего образования Республики Узбекистан до 2030 года», будет выполнена такая приоритетная задача, как достижение финансовой независимости высших образовательных учреждений.

Заключение

В результате исследований, направленных на повышение эффективности услуг и предпринимательской деятельности в системе образования, были сделаны следующие научные выводы и разработаны практические рекомендации:

1. Анализ тенденций финансирования системы высшего образования страны показывает, что в настоящее время полноценное функционирование и развитие высших учебных заведений поддерживается государством. Однако в программах осуществляемых реформ системы в дальнейшем такой порядок постепенно будет совершенствоваться. В частности, это приведет к выполнению приоритетной задачи достижения финансовой независимости высших образовательных учреждений, как отмечено в «Концепции развития системы высшего образования Республики Узбекистан до 2030 года». Это, в свою очередь, обосновывает необходимость полной диверсификации источников финансирования в высших учебных заведениях и совершенствования рыночных механизмов в высшем образовании, то есть развитие предпринимательства за счет предоставления дополнительных образовательных услуг.

2. В результате исследования разработаны усовершенствованные

авторские определения понятий «образовательные услуги», «предпринимательская деятельность», «предпринимательская деятельность в высшем образовании», «внебюджетная деятельность высшего образования», «источники внебюджетного финансирования».

3. В условиях развития и модернизации инновационной экономики возникла необходимость обеспечить участие как государства, так и частного сектора в системе высшего образования. Это, в свою очередь, требует постепенного преобразования экономических механизмов развития системы высшего образования в рыночный, и, в связи с этим часть вузов в порядке эксперимента должна быть переведена на принцип самофинансирования.

4. Сегодня, когда в рамках проводимых в стране реформ положительно решаются задачи, направленные на коренное улучшение финансирования образования, считаем целесообразным дополнительно включить следующее:

- поэтапное увеличение доли ВВП, направляемой в сферу образования и подготовку кадров;
- совершенствование многовариантной системы финансирования подготовки кадров (обеспечение за счет бюджетных и внебюджетных источников);
- поэтапное совершенствование системы самофинансирования в образовательных учреждениях, особенно за счет внебюджетных средств (образовательных услуг и предпринимательства);
- совершенствование механизмов стимулирования привлечения как частных, так и иностранных инвестиций в сферу образования, внедрение дистанционного обучения;
- упрощение процедуры выдачи образовательных кредитов для граждан республики и создание гибкой системы ее погашения;
- расширение привлечения доноров и спонсоров в финансовую поддержку системы непрерывного образования и подготовку кадров;
- обеспечение повышения доходов учебных заведений за счет платных образовательных услуг, предпринимательской, консультационной,

экспертной, издательской, производственной, научно-исследовательской и иной деятельности.

5. Исходя из необходимости постоянного улучшения качества образовательных услуг в высших учебных заведениях, развития их материально-технической базы, приобретения современных технологий и оборудования, надо разработать перспективный план совершенствования механизма привлечения инвестиций из частного сектора экономики наряду с бюджетными средствами на развитие высшего образования.

Литература

1. Государственный комитет по статистике Республики Узбекистан [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://stat.uz/uz/> (дата обращения: 12.06.2022).

2. Кузиев З.Б. Узбекистон олий таълим тизимида таълим хизматлари ва тадбиркорлик фаолияти самарадорлигини оширишнинг ташкилий-иктисодий омиллари // Республика илмий-амалий анжумани материаллар туплами. Ташкент, 2016. С. 249.

3. Кузиев З.Б. Особенности и перспективы предпринимательской деятельности в сфере образования. // Фуқаролик жамиятини ривожлантириш жараёнида ёшлар ижтимоий фаоллигини ошириш омиллари. Самарканд, 2018. С. 113.

4. Министерство финансов Республики Узбекистан [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://mf.uz/en> (дата обращения: 16.06.2022).

5. Министерство высшего и среднего специального образования [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://edu.cms.uz/ru/> (дата обращения: 18.06.2022).

6. Пардаев М.Қ., Исроилов Ж.И. Хусусий корхоналар фаолияти таҳлилининг назарий ва методологик муаммолари: монография. Т.: Фан ва технология, 2007. 163 б.

7. Послание Президента Республики Узбекистан Шавката

Мирзиёева Олий Мажлису от 30 декабря 2020 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://xs.uz/ru/post/poslanie-prezidenta-respubliki-uzbekistan-shavkata-mirziyoeva-olij-mazhlisu> (дата обращения: 12.06.2022).

8. Саидов М.Х. Узбекистан: инвестиции в человеческий капитал, партнёрства в сфере образования. М.: Книжный дом газеты «Труд», 2006. 249 с.

References

1. Gosudarstvennyj komitet po statistike Respubliki Uzbekistan [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://stat.uz/uz/> (data obrashcheniya: 12.06.2022).

2. Kuziev Z.B. Uzbekiston olij ta"lim tizimida ta"lim hizmatlari va tadbirkorlik faoliyati samaradorligini oshirishning tashkilij-iktisodij omillari // Respublika ilmiy-amalij anzhumani materiallar tuplami. Tashkent, 2016. S. 249.

3. Kuziev Z.B. Osobennosti i perspektivy predprinimatel'skoj deyatel'nosti v sfere obrazovaniya. // Fuqarolik zhamiyatini rivozhlantirish zharayonida yoshlar izhtimoij faolligini oshirish omillari. Samarkand, 2018. S. 113.

4. Ministerstvo finansov Respubliki Uzbekistan [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://mf.uz/en> (data obrashcheniya: 16.06.2022).

5. Ministerstvo vysshego i srednego special'nogo obrazovaniya [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://edu.cms.uz/ru/> (data obrashcheniya: 18.06.2022).

6. Pardaev M.Қ., Isroilov ZH.I. Hususij korhonalalar faoliyati taxlilining nazarij va metodologik muammolari: monografiya. T.: Fan va tekhnologiya, 2007. 163 b.

7. Poslanie Prezidenta Respubliki Uzbekistan SHavkata Mirziyoeva Olij Mazhlisu ot 30 dekabrya 2020 goda [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://xs.uz/ru/post/poslanie-prezidenta-respubliki-uzbekistan-shavkata-mirziyoeva-olij-mazhlisu> (data obrashcheniya: 12.06.2022).

8. Saidov M.H. Uzbekistan: investicii v chelovecheskij kapital, partnyorstva v sfere obrazovaniya. M.: Knizhnyj dom gazety «Trud», 2006. 249 s.

УДК 331.108

ОЦЕНКА ВОСПРИЯТИЯ СОИСКАТЕЛЯМИ ФОРМАТА ВИДЕО-ИНТЕРВЬЮ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ГАЗПРОМНЕФТЬ-СНАБЖЕНИЕ»)

Суравикина Е.В., руководитель направления по операционной эффективности, ООО «Газпромнефть-Снабжение», г. Омск, Россия

Аннотация. Статья посвящена осуществлению. оценки восприятия соискателями формата видео-интервью в процессе трудоустройства. Подчеркивается устойчивый рост популярности подобного формата собеседований, отмечается, что он обладает рядом значительных преимуществ для компании. Видео-интервью сочетает в себе принципы экономичности, оптимизации, рационализации, независимости и одновременно с этим высокой эффективности. Тем не менее, определяется, что данное нововведение требует анализа с позиции его восприятия со стороны потенциальных работников. Данный факт обуславливается тем, что при использовании нетрадиционных методов отбора персонала возникает риск негативного восприятия со стороны соискателей. Это может оттолкнуть потенциально перспективных кандидатов на должность. Автором была составлена специальная анкета, направленная на оценку общего уровня восприятия соискателями формата видео-интервью, включающая в себя 18 вопросов, разделенных на три блока. Результаты анкетирования показывают, что женщины при формате видео-интервью испытывают в большей части случаев положительные чувства, у них реже возникает дискомфорт и негативные проявления, чем у мужчин. Тем не менее, инструмент видео-интервью нельзя назвать неэффективным или порождающим исключительно негативные эмоции, что подкрепляется результатами анкетирования.

Ключевые слова: видео-интервью, кадровая политика, набор персонала, HR, собеседование, трудоустройство, Газпромнефть-Снабжение.

ASSESSMENT OF APPLICANTS' PERCEPTION OF THE VIDEO-INTERVIEW FORMAT (ON THE EXAMPLE OF GAZPROMNEFT-SUPPLY LLC)

*Suravikina E.V., Head of Operational Efficiency, Gazpromneft-Supply LLC,
Omsk, Russia*

Abstract. The article is devoted to implementation. assessment of applicants' perception of the video interview format in the employment process. The steady growth in popularity of such an interview format is emphasized, it is noted that it has a number of significant advantages for the company. The video interview combines the principles of economy, optimization, rationalization, independence and at the same time high efficiency. Nevertheless, it is determined that this innovation requires analysis from the perspective of its perception by potential employees. This fact is due to the fact that when using non-traditional methods of personnel selection, there is a risk of negative perception on the part of applicants. This may alienate potentially promising candidates for the position. The author has compiled a special questionnaire aimed at assessing the overall level of perception of the video interview format by applicants, which includes 18 questions divided into three blocks. The results of the survey show that women in the video interview format experience positive feelings in most cases, they are less likely to experience discomfort and negative manifestations than men. Nevertheless, the video interview tool cannot be called ineffective or generating exclusively negative emotions, which is supported by the results of the survey.

Keywords: video interview, personnel policy, recruitment, HR, interview, employment, Gazpromneft-Supply.

JEL classification: J01, J24.

Для цитирования: Суравикина Е.В. Оценка восприятия соискателями формата видео-интервью (на примере ООО «Газпромнефть-Снабжение») // Прогрессивная экономика. 2022. № 8. С. 24–37.

Введение

Применение формата видео-интервью набирает все большую популярность в условиях обеспечения реализации кадровых политик различных ведущих компаний [2]. Это обуславливается тем, что данный формат прохождения собеседования со стороны соискателей имеет ряд преимуществ перед другими способами. Данные преимущества в большинстве своем связаны с исключением факторов территориальной удаленности, оптимизации работы кадровых служб, обеспечением большей эффективности и гибкости, высокими возможностями в стандартизации, повторным пересмотром отдельных фрагментов при окончательном принятии решений, общей финансовой экономичности и многих других [3].

Необходимость в подборе кадров для компаний из различных регионов и высокая эффективность формата обуславливают актуальность выбора темы исследования. Однако данное нововведение требует анализа с позиции его восприятия со стороны потенциальных работников, их видения процесса кадрового отбора при применении метода видео-интервью [1; 5]. Кроме того, актуальность заявленной тематики обуславливается и тем, что при использовании нетрадиционных методов отбора персонала возникает риск негативного восприятия со стороны соискателей. Как итог, компания сталкивается с потенциальным риском потери ценных кадров, что носит в большей степени проблематизированный характер. В связи с этим исследование психоэмоционального состояния кандидатов в процессе видео-интервью представляет собой высокий исследовательский и коммерческий интерес.

Целью работы является проведение исследования психоэмоционального состояния кандидатов в процессе видео-интервью и выявления характерных особенностей подобного формата организации интервью, его внедрения в кадровую службу организации.

Материалы и методы

Статья основывается на открытых научных публикациях, а также фундаментальных исследованиях, посвященных организации работы кадровой службы и обеспечению проведения собеседований при отборе кандидатов в процессе трудоустройства. Методами исследования являются библиографическое исследование, телефонное интервью, эксперимент, анализ, синтез и научная абстракция.

Результаты и обсуждение

Формат видео-интервью является достаточно новым для соискателей на российском рынке труда, что требует детального анализа восприятия данного инструмента. Вопросы для телефонного интервью составлены на основе анкет, разработанных В.А. Доскиным, В.Б. Шарай, Н.А. Лаврентьевой и М.П. Мирошниковым, предназначенных для оперативной оценки психоэмоционального состояния взрослого человека на момент обследования [6]. Анкета состоит из 18 вопросов, которые разделены на три блока. Первый блок вопросов направлен на сбор персональной информации о респонденте. Второй блок анкеты содержит вопросы, ответы на которые позволяют оценить психоэмоциональное состояние респондента на момент прохождения видео-интервью. Третий блок включает в себя вопросы, связанные с техническими проблемами, возникшими при прохождении видео-интервью.

Респондентами выступали лица, прошедшие видео-интервью на соискание вакантных должностей в компании «Газпромнефть-Снабжение» в 2021 году. Персональные данные соискателей были предоставлены самой компанией-работодателем. В процессе сбора данных были опрошены 50 человек, из которых 56% (28 человек) были мужчины и 44% (22 человека) – женщины; возрастное распределение показывает, что 62% – лица в возрасте

40 лет и более. 31% – лица в возрасте от 30 до 39 лет. Большинство респондентов, а именно 40% имеют оконченное высшее образование (специалитет). 29% респондентов окончили бакалавриат, 19% – окончили магистратуру.

В группе респондентов 49% (24 человека) имели опыт прохождения видео-интервью, а 51% (26 человек) не имели данного опыта и формат записи ответов на вопросы на видео был для них новым. Рассмотрим далее ответы респондентов на вопросы, касающиеся восприятия данного формата интервью соискателями и определим характеристики психоэмоционального состояния респондентов в момент прохождения видео-интервью.

В результате проведённых интервью была составлена таблица, содержащая ответы респондентов на поставленные вопросы. На основании методики, предложенной В.А. Доскиным, В.Б. Шарай, Н.А. Лаврентьевой и М.П. Мирошниковым, производится оценка психоэмоционального состояния респондентов на основании представленных далее характеристик [6].

Первая пара характеристик – «напряжённо – расслаблено» представлена на рис. 1.

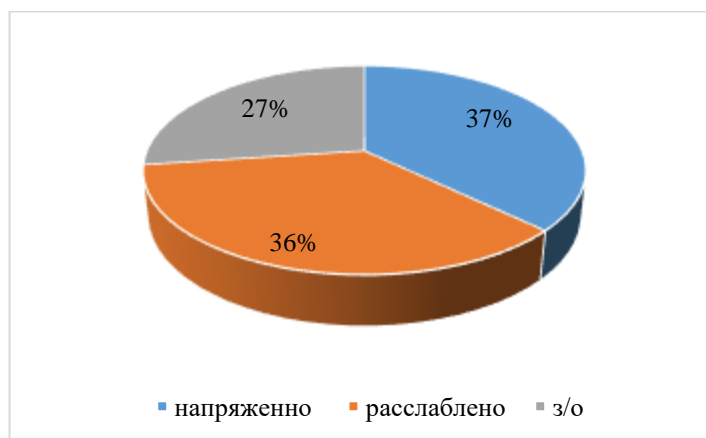


Рис. 1. Результаты опроса по паре характеристик «напряжённо – расслабленно»

Источник: составлено автором

В ходе интервью было выявлено, что напряжённо себя чувствовали 37% опрошенных, а расслаблено 36%. Остальные 27% затруднились дать оценку

своему эмоциональному состоянию на момент прохождения интервью. Разрыв между 2 группами ответов незначительный и составляет 1 процентный пункт. Таким образом, можно констатировать, что преимущества, которые даёт формат видео-интервью, не способствует расслабленному состоянию кандидатов, поскольку комфортно себя ощущает примерно треть.

Если сравнивать эмоциональное состояние женщин и мужчин (рис. 2), то можно получить следующие данные: доля эмоционально напряженных мужчин составила 55%, а женщин – 45%. Разница между группами составляет 10 процентных пунктов, поэтому нельзя утверждать, что пол респондента существенно влияет на эмоциональное состояние, но в целом по выборке женщины во время прохождения видео-интервью чувствовали себя более расслабленно, чем мужчины.

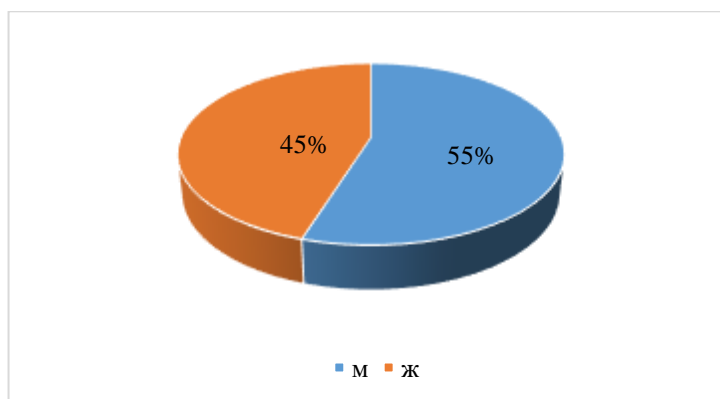


Рис. 2. Соотношение мужчин и женщин, чувствовавших себя напряжённо

Источник: составлено автором

Следующая пара характеристик – это «равнодушно – взволнованно». Доля взволнованных респондентов выше половины и составила 59%. Равнодушными к процессу записи видео ответов себя чувствовали только 5 человек, то есть около 7% от общего числа опрошенных. Респонденты обосновывали свою взволнованность тем, что, несмотря на формат видео-интервью, они по-прежнему волновались за то, чтобы успешно преодолеть данный этап. 34% респондентов затруднились дать оценку эмоциональной

вовлеченности в процесс записи ответов, и можно предполагать, что формат видео-интервью был воспринят ими как обычный этап отбора.

Распределение респондентов по гендерному признаку показывает, что более взволнованными были именно мужчины – 65%. В то время как среди женской части аудитории волновались только 35%. Полученные данные можно интерпретировать следующим образом: женщины менее подвержены негативным эмоциям от необходимости делать записи с ответами на вопросы в формате видео. Большая часть мужчин чувствовали себя взволнованно, поскольку их беспокоило то, как они выглядят в кадре на записи.

Далее рассмотрим психоэмоциональную характеристику «спокойно – раздражённо». Из данных следует, что раздражение испытывали 13% респондентов, а спокойно себя ощущали 50%. Таким образом, данный формат интервью не вызывает у большинства респондентов раздражения и излишних негативных эмоций. Также стоит отметить, что женщины проявили себя более спокойными, чем мужчины. Соотношение женщин, чувствовавших себя спокойно к мужчинам, находящимся в том же эмоциональном состоянии, составляет 57% против 43%. Полученные данные показывают, что женщинами данный формат видео-интервью воспринимается более благоприятно, чем мужчинами.

Рассмотрим далее пару «вовлечённый – безучастный». Можно констатировать положительную оценку респондентами данного формата интервью. Вовлечёнными были 87% респондентов.

Вовлеченность является одним из ключевых показателей, поскольку при данном формате интервью у респондента отсутствует собеседник, и можно было бы предполагать утрату интереса человека к процессу. Но результаты опроса показывают, что вовлеченными в процесс были абсолютное большинство – 87% респондентов. При этом анализ по распределению вовлеченных мужчин и женщин показывает, что женщины опять же более вовлечены в процесс. Соотношение женщин и мужчин составляет 57% и 43% соответственно.

Анализируя результаты интервью, необходимо обратить внимание на тот факт, что большинству респондентов не сообщали о том, что собеседование будет проводиться в формате видео-интервью. Согласно полученным данным, 97% респондентов не знали о том, что формат будет отличным от традиционного.

Безусловно, подобная практика проведения интервью требует постановки в известность самих кандидатов, поскольку в процессе традиционного интервью у потенциального работника существует возможность оценить компанию и задать вопросы о трудовой деятельности. Формат видео-интервью воспринимается некоторыми респондентами как допрос без возможности диалога или возможности вести беседу.

Следующая пара характеристик – это характеристики «рассеянный – внимательный». Рассеянным себя оценили 3% опрашиваемых респондентов, а внимательным – 76%. Видно, что доля «внимательных» людей существенно выше. Таким образом, формат видео-интервью позволяет соискателям отвечать более качественно на поставленные вопросы и презентовать себя с лучшей стороны. Распределение по гендерному признаку показывает, что мужчины практически также внимательны, как и женщины, и между группами не наблюдается сильных различий по показателю внимательности.

Рассмотрим далее пару характеристик «довольный – недовольный», которая оценивает удовлетворённость потенциальных кандидатов выбранным инструментом отбора. Из представленных данных видно, что довольными форматом были 57%, а недовольными – 26%. То есть примерно ¼ респондентов негативно отнеслись к данному формату. Указанная пара характеристик является ключевой для достижения цели исследования, поскольку задачей было определить отношение кандидатов к инструменту видео-интервью, который относительно недавно начал использоваться hr-службами в России.

Из представленных данных можно наблюдать сильное преобладание людей, удовлетворённых выбранным инструментом, отрицательно отнеслись

26%, что также является существенным показателем. Наличие доли респондентов, затруднившихся дать оценку инструмента, показывает на то, что существует неопределенность в восприятии нового инструмента отбора кандидатов. Часть респондентов воспринимают формат видео-интервью как преимущество, а часть – как недостаток. Доля мужчин и женщин, которые оценили своё эмоциональное состояние как «довольный», составляет 40% и 60% соответственно. Можно констатировать, что доля женщин в структуре положительной оценки эмоционального состояния существенно выше, чем доля мужчин.

Следующая пара для анализа – это пара характеристик «комфортно – дискомфортно». В рамках данной категории оценивается общее эмоциональное состояние респондентов в процессе записи видео-интервью. Так, 53% опрошенных респондентов оценили своё психоэмоциональное состояние, как «комфорт», а 41% – как «дискомфорт». Можно отметить, что преобладает доля тех, кто чувствовал себя комфортно. Но тем не менее, тех, кто испытывал противоположное состояние, тоже много и разрыв между показателями не является высоким. Наличие дискомфорта вызвано тем, что для многих респондентов подобный формат проведения интервью является новым, что вызвало эмоциональный дискомфорт. Среди опрошенных, которые ответили «комфортно», соотношение мужчин и женщин составляет 41% и 59% соответственно. Это указывает на то, что женщинами данный формат проведения интервью воспринимается лучше.

Подводя промежуточные итоги, представленные на рис. 3, можно заключить, что самые критические негативные эмоции, с которыми сталкивались респонденты в ходе ответов на видео-интервью – это напряжение, взволнованность и дискомфорт. Взволнованность можно оправдать тем, что для любого человека, каким бы ни был его опыт, небольшое волнение перед любым интервью является нормой. Также важно отметить, что практически во всех парах характеристик женщины оценивали своё эмоциональное состояние более положительно, чем мужчины.

Если говорить о положительных эмоциях, то здесь мы имеем оптимистичную ситуацию. Прежде всего, важно отметить, что ни в одной паре негативные эмоции не превосходили положительные. Также большинство респондентов оценили своё состояние, скорее, как благоприятное, чем противоположное. Наиболее часто кандидаты оценивали своё психоэмоциональное состояние, как «вовлечённый», «внимательный», «довольный». В то же время часто встречались ответы «комфортно» и «спокойно». То есть инструмент видео-интервью вызывает чаще положительные эмоции, нежели негативные.

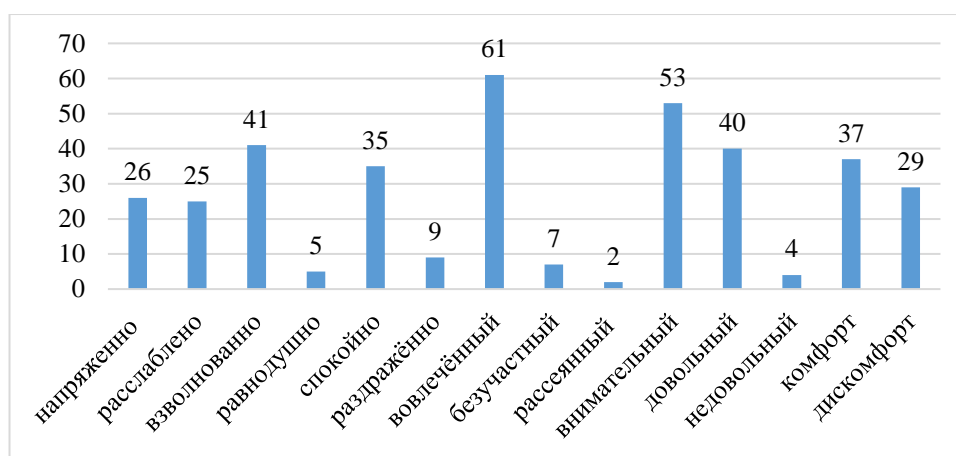


Рис. 3. Количество положительных ответов на каждую характеристику эмоционального состояния

Источник: составлено автором

Следующим блоком анкеты являются вопросы о технических трудностях, с которыми сталкивались респонденты. Нами было выявлено, что технические трудности возникли у тех респондентов, которые подключались к системе с мобильного устройства. Трудности были связаны с отсутствием мобильной версии сайта, что отразилось на удобстве использования портала [4; 7].

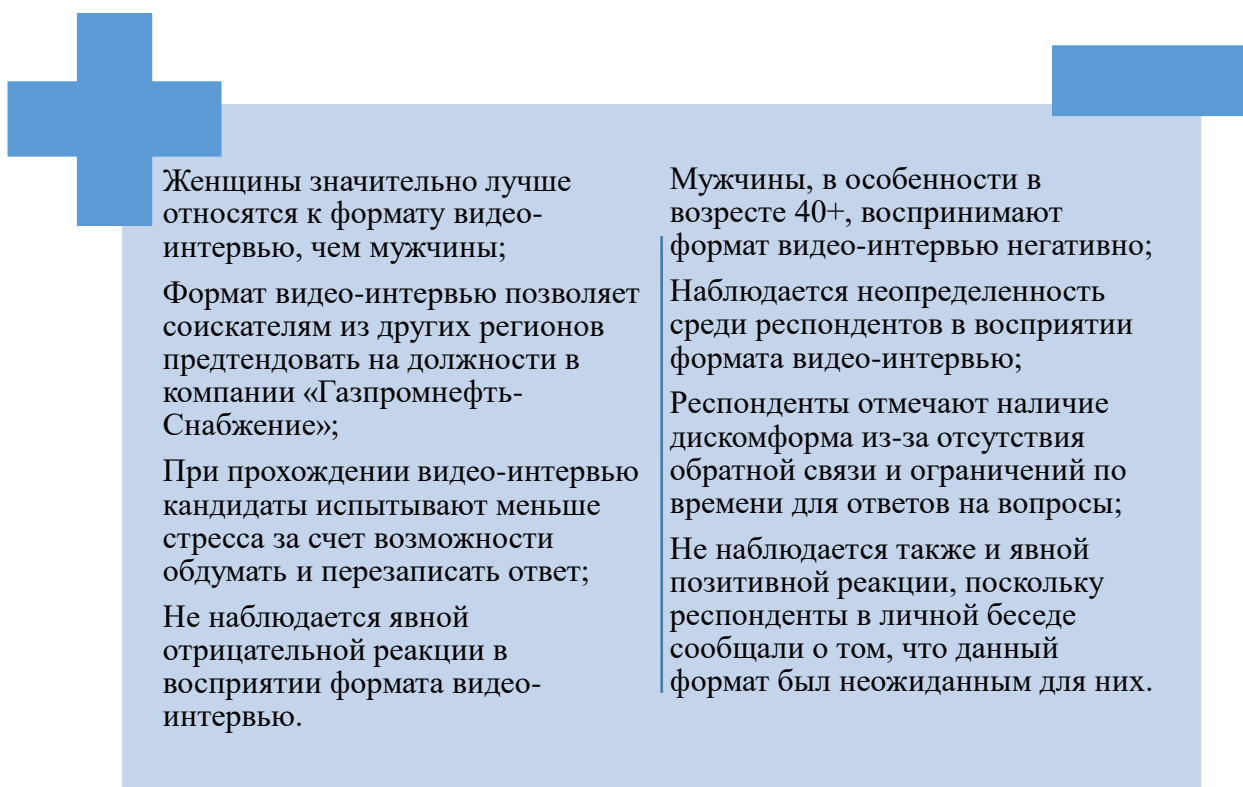
Абсолютному большинству кандидатов, которые заходили на портал с персональных компьютеров, было удобно записывать видео-интервью, поскольку у них не возникло технических сложностей с загрузкой ответов на вопросы на сайт. Технические сложностей с использованием портала у

респондентов не возникло, поскольку интерфейс был понятен, а также респонденты не сталкивались с проблемой поиска необходимого оборудования, поскольку интервью с использованием Zoom или Skype являются относительно привычными и люди подготовлены к таким форматам прохождения собеседования.

Несколько респондентов были недовольны тем, что не получили никакой обратной связи после завершения интервью. Подводя промежуточный итог по блоку «Технические трудности», можно сделать вывод, что техническая часть видео-интервью работает достаточно хорошо за исключением некоторых единичных случаев, связанных с использованием мобильных устройств.

Таким образом, на основании произведенного анализа инструмент видео-интервью нельзя назвать неэффективным или порождающим исключительно негативные эмоции. Однако восприятие респондентами данного формата варьируется в зависимости от гендерного признака и возраста. Анализ восприятия формата видео-интервью респондентами представлен на рис. 4, где определены позитивные и негативные характеристики данного способа получения информации о соискателях.

Обращаясь к рис. 4, можно подчеркнуть, что в большинстве случаев состояние респондентов было на приемлемом уровне. Негативных эмоций достаточно, но нельзя утверждать, что они критически повлияли на ход видео-интервью.



<p>Женщины значительно лучше относятся к формату видео-интервью, чем мужчины;</p> <p>Формат видео-интервью позволяет соискателям из других регионов претендовать на должности в компании «Газпромнефть-Снабжение»;</p> <p>При прохождении видео-интервью кандидаты испытывают меньше стресса за счет возможности обдумать и перезаписать ответ;</p> <p>Не наблюдается явной отрицательной реакции в восприятии формата видео-интервью.</p>	<p>Мужчины, в особенности в возрасте 40+, воспринимают формат видео-интервью негативно;</p> <p>Наблюдается неопределенность среди респондентов в восприятии формата видео-интервью;</p> <p>Респонденты отмечают наличие дискомфорта из-за отсутствия обратной связи и ограничений по времени для ответов на вопросы;</p> <p>Не наблюдается также и явной позитивной реакции, поскольку респонденты в личной беседе сообщали о том, что данный формат был неожиданным для них.</p>
--	---

Рис. 4. Анализ восприятия формата видео-интервью респондентами

Источник: составлено автором

Заключение

Таким образом, по результатам проведенной оценки восприятия соискателями формата видео-интервью можно выделить ряд наиболее отличительных моментов:

1. Женщины менее подвержены негативным эмоциям от необходимости делать записи с ответами на вопросы в формате видео. Большая часть мужчин чувствовали себя взволнованно, поскольку их беспокоило то, как они выглядят в кадре на записи.

2. Женщины формат видео-интервью воспринимаются более благоприятно, чем мужчинами. При этом доля женщин в структуре положительной оценки эмоционального состояния существенно выше, чем доля мужчин.

3. Технические трудности в процессе проведения интервью возникли у тех респондентов, которые подключались к системе с мобильного

устройства. Трудности были связаны с отсутствием мобильной версии сайта, что отразилось на удобстве использования портала.

Кроме того, по результатам общего анализа можно констатировать, что инструмент видео-интервью нельзя назвать неэффективным или порождающим исключительно негативные эмоции, поскольку итоговые характеристики восприятия зависят от конкретного человека. В то же время для компании «Газпромнефть-Снабжение» такой формат собеседования становится более выгодным.

Литература

1. Величко Н.А., Поклонский А.Ю. Анализ и тенденции развития сервисов по подбору персонала // Скиф. 2019. № 12–1 (40). С. 12–17.
2. Видео-интервью становятся популярными у рекрутеров. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2016/09/01/655227-videointervyu> (дата обращения 10.07.2022).
3. Жариков В.В., Лыжникова М.А. Инновационные технологии отбора персонала // ЭКОНОМИНФО. 2014. № 21. С.71–79.
4. Казакова М.И., Зайнетдинова И.Ф., Петухова А.Ю. Совершенствование digital-процесса подбора консультантов в Уральском банке ПАО «Сбербанк России» // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2020. № 50. С. 144–158.
5. Кузнецова Л.М., Лагутина Е.Е. Использование современных технологий в системе подбора персонала // Human Progress. 2018. № 8. С. 1–14.
6. Методики диагностики эмоциональной сферы: психологический практикум / сост. О.В. Барканова [серия: Библиотека актуальной психологии]. Вып.2. Красноярск: Литера-принт, 2009. 237 с.

7. Фадейкина В.С., Андреева Н.Н. Современные технологии автоматизации процессов подбора персонала в организацию // Вестник экономики, права и социологии. 2020. № 1. С. 142–150.

References

1. Velichko N.A., Poklonskij A.YU. Analiz i tendencii razvitiya servisov po podboru personala // Skif. 2019. № 12–1 (40). S. 12–17.

2. Video-interv'yu stanovyatsya populyarnymi u rekruterov. [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2016/09/01/655227-videointervyu> (data obrashcheniya 10.07.2022).

3. ZHarikov V.V., Lyzhnikova M.A. Innovacionnye tekhnologii otbora personala // EKONOMINFO. 2014. № 21. S.71–79.

4. Kazakova M.I., Zajnetdinova I.F., Petuhova A.YU. Sovershenstvovanie digital-processa podbora konsul'tantov v Ural'skom banke PAO «Sberbank Rossii» // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika. 2020. № 50. S. 144–158.

5. Kuznecova L.M., Lagutina E.E. Ispol'zovanie sovremennyh tekhnologij v sisteme podbora personala // Human Progress. 2018. № 8. S. 1–14.

6. Metodiki diagnostiki emocional'noj sfery: psihologicheskij praktikum / sost. O.V. Barkanova [seriya: Biblioteka aktual'noj psihologii]. Vyp.2. Krasnoyarsk: Litera-print, 2009. 237 s.

7. Fadejkina V.S., Andreeva N.N. Sovremennye tekhnologii avtomatizacii processov podbora personala v organizaciyu // Vestnik ekonomiki, prava i sociologii. 2020. № 1. S. 142–150.

УДК 332.12

**ФАКТОРЫ РАЗМЕЩЕНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНЕ (НА ПРИМЕРЕ
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Аванесян Э.А., аспирант, ассистент,

Уральский государственный экономический университет, г.

Екатеринбург, Россия

Аннотация. Статья посвящена выявлению факторов размещения субъектов малого и среднего предпринимательства на примере региона. Приводится общая характеристика теории размещения, обосновывается значимость учета факторов размещения и обеспечения достижения синергического эффекта при интеграции компании в бизнес-среду. Отмечается, что сегодня число субъектов МСП на территории Свердловской области увеличивается. Приводится общая характеристика тенденций размещения МСП на территории области, обосновывается изменение доли размещения субъектов МСП в регионе. В процессе анализа открытых статистических данных были выбраны показатели, влияющие на размещение малого и среднего предпринимательства в рассматриваемом регионе. В качестве основы построения исследования выбран метод корреляционно-регрессионного анализа. По результатам применения данного метода при анализе данных факторов определяется, что наиболее сильное влияние на размещение малых и средних предприятий в Свердловской области оказывают уровень безработицы в регионе и количество высших учебных заведений. Полученные результаты исследования и проведенного анализа могут быть применены с целью построения прогнозов относительно размещения

субъектов малого и среднего предпринимательства в Свердловской области, имеют высокую объясняющую силу.

Ключевые слова: факторы размещения, малое и среднее предпринимательство, Свердловская область, синергический эффект, бизнес, уровень безработицы, высшие учебные заведения.

**FACTORS OF PLACEMENT OF SMALL AND MEDIUM-SIZED
BUSINESSES IN THE REGION (ON THE EXAMPLE OF THE
SVERDLOVSK REGION)**

*Avanesyan E.A., postgraduate student, assistant,
Ural State University of Economics, Yekaterinburg, Russia*

Abstract. The article is devoted to the identification of factors of placement of small and medium-sized businesses on the example of the region. The general characteristic of the placement theory is given, the importance of taking into account the placement factors and ensuring the achievement of a synergistic effect when integrating the company into the business environment is substantiated. It is noted that today the number of SMEs in the Sverdlovsk region is increasing. The general characteristics of trends in the placement of SMEs in the region are given, the change in the share of placement of SMEs in the region is justified. In the process of analyzing open statistical data, indicators affecting the placement of small and medium-sized businesses in the region under consideration were selected. The method of correlation and regression analysis was chosen as the basis for the construction of the study. According to the results of the application of this method in the analysis of these factors, it is determined that the unemployment rate in the region and the number of higher educational institutions have the strongest influence on the placement of small and medium-sized enterprises in the Sverdlovsk region. The obtained results of the study and the analysis can be applied in order to make

forecasts regarding the placement of small and medium-sized businesses in the Sverdlovsk region, have a high explanatory power.

Keywords: placement factors, small and medium-sized entrepreneurship, Sverdlovsk region, synergistic effect, business, unemployment rate, higher education institutions.

JEL classification: R11, R58, C51.

Для цитирования: *Аванесян Э.А. Факторы размещения субъектов малого и среднего предпринимательства в регионе (на примере Свердловской области) // Прогрессивная экономика. 2022. № 8. С. 38–50.*

Введение

Вопросы анализа факторов размещения субъектов малого и среднего предпринимательства рассматриваются в качестве основного способа обеспечения эффективной реализации бизнес стратегии за счет достижения синергического эффекта функционирования компании в более выгодных условиях, формирующих особые конкурентные позиции на фоне других рыночных игроков. Тем не менее, анализ факторов размещения приобретает проблематизированный характер, что основывается на общей сложности выявления и последующего учета всей совокупности факторов, определения степени их значимости и влияния на итоговые показатели функционирования бизнеса.

Актуальность темы исследования диктуется тем, что на современном этапе общее число субъектов малого и среднего предпринимательства (далее – МСП) неуклонно возрастает, чему способствует проведение ряда государственных социально-экономических реформ, последовательно обеспечивающих становление особых стимулов к развитию подобных форм функционирования компаний. При этом итоговая устойчивость и вероятность нормального функционирования МСП в большинстве своем формируется на

основании возможности выбора такого места размещения, в котором бизнесу будут доступны лучшие и более дешевые ресурсы, будет иметься необходимый кадровый потенциал, проживает экономически активное население и т.д. Все это показывает, что определение итогового состава факторов размещения субъектов малого и среднего предпринимательства имеет особую практическую значимость.

Целью исследования – произвести анализ факторов размещения субъектов малого и среднего предпринимательства в регионе на примере Свердловской области.

Материалы и методы

Статья базируется на методах теоретического анализа и синтеза статистических данных, средств массовой информации, открытых научных исследований и публикаций, их сравнения, обобщения, сопоставления и наблюдения. Результатом совокупного применения данных методов становится анализ факторов, оказывающих влияние на размещение субъектов малого и среднего предпринимательства в Свердловской области. Кроме того, особое место в структуре исследования занял метод корреляционно-регрессионного анализа, положенный в основу анализа статистических данных.

Результаты и обсуждение

Свердловская область, несмотря на рост количества субъектов малого и среднего предпринимательства, теряет свою привлекательность для их размещения, на что указывает снижение доли количества малых и средних предприятий субъекта по отношению к общему числу МСП в экономике страны [2; 6]. Доля малого и среднего предпринимательства в регионе, рассчитанная как отношение количества субъектов МСП в Свердловской области к общему количеству субъектов МСП, зарегистрированных на территории Российской Федерации, находится на уровне 3,4% за период с 2016 по 2020 годы. При этом, если в 2009 году в регионе находилось 8,97% субъектов МСП, то к 2020 году данный показатель снизился до 3,39%.

Снижение составляет 5,58 процентных пунктов, что является существенным и требует соответствующего теоретико-экономического обоснования [3; 7]. В Свердловской области количество МСП имеет тенденцию к увеличению: за период с 2009 по 2020 годы количество малых и средних предприятий увеличилось на 67%. Анализируя данные о количестве субъектов МСП, приходящихся на 100 человек трудоспособного населения, можно прийти к выводу, что за период с 2009 по 2018 годы данный показатель удвоился с 4,28 до 8,56. В 2019 и 2020 годах количество субъектов МСП в расчете на 100 человек населения снижается (рис. 1).

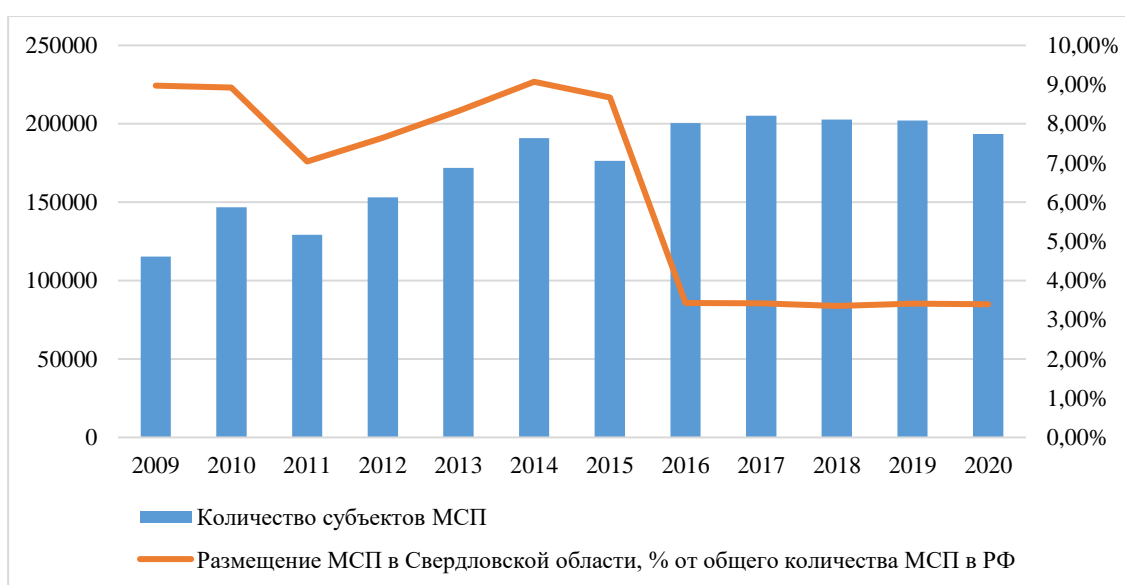


Рис. 1. Особенности размещения субъектов малого и среднего предпринимательства в Свердловской области

Источник: составлено автором на основе [5]

Зафиксированное в 2016 году резкое снижение величины рассматриваемого показателя требует проведения соответствующего экономического анализа, направленного на определение сдерживающих развитие малого и среднего предпринимательства факторов, а также на определение факторов, стимулирующих размещение субъектов МСП в исследуемом регионе, выбранным в качестве объекта исследования.

Были выбраны показатели, влияющие на размещение малого и среднего предпринимательства в рассматриваемом регионе [1]. Сформированная база

статистических показателей представлена в табл. 1. Данные факторы отобраны на основании проведенного библиографического исследования и отбор факторов ставит основной целью поиск путей коррекции стратегии развития региона с целью привлечения субъектов малого и среднего предпринимательства в регионе, выбранном в качестве объекта исследования.

Таблица 1

Статистические показатели, оказывающие влияние на размещение субъектов малого и среднего предпринимательства в Свердловской области

Год	Размещение МСП в Свердловской области, % от общего количества МСП в РФ	ВРП, млн. руб.	Оборот субъектов МСП, млрд. руб.	Уровень безработицы в регионе, %	Доля городского населения, %	Затраты, направленные на развитие информационно коммуникационных технологий, млн. руб.	Количество высших учебных заведений в регионе, ед.	Плотность автомобильных дорог в регионе, км.
t	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
2009	8,97%	825267	626,827	8,2	83,6	16016,9	31	58
2010	8,93%	1046600	704,3	8,4	83,7	18905,3	32	62
2011	7,03%	1265683	887,8	7,2	83,9	22662,7	32	66
2012	7,65%	1484879	1071,3	5,8	84	23204,2	31	93
2013	8,33%	1568655	1115,88	5,9	84,1	26655,6	32	117
2014	9,07%	1659784	1071,35	6,1	84,2	30377,9	29	121
2015	8,67%	1822835	1851,3	6,5	84,3	31902,5	24	122,7
2016	3,43%	1990837	2026,3	6,2	84,5	23152,3	26	123,5
2017	3,42%	2130910	2211,4	5,5	84,6	29051,6	24	125
2018	3,35%	2277576	2374,8	4,8	84,8	30711,1	23	126,3
2019	3,41%	2535215	1718,9	4,2	85,94	32246,7	25	132,6
2020	3,39%	2529780,9	1375,12	5,8	86,1	31601,7	25	133,9

Источник: составлено автором на основе [4]

На основе данных, представленных в табл. 1, производится исследование факторов с применением инструментов корреляционного

анализа. Для достижения поставленной цели была применена формула коэффициента корреляции Пирсона, которая позволяет вычислить тесноту связи между исследуемыми переменными. Коэффициент вычисляется следующим образом:

$$r_{xy} = \frac{\sum(x_i - \bar{x}) * \sum(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum(x_i - \bar{x})^2 * \sum(y_i - \bar{y})^2}} \quad (1)$$

где \bar{x} – математическое ожидание ряда x ; а \bar{y} – математическое ожидание ряда y . Интерпретация значения коэффициента корреляции в зависимости от значения:

от 0,9 до 1 – очень сильная связь;

от 0,7 до 0,9 – сильная связь;

от 0,5 до 0,7 – средняя связь;

от 0,3 до 0,5 – слабая связь.

При этом положительное значение коэффициента означает наличие прямой связи, то есть фактор является стимулирующим. Отрицательное значение говорит об обратной связи и фактор признается сдерживающим. Данные корреляционного анализа представлены в табл. 2.

Из представленных в таблице 2 данных можно сделать вывод, что сдерживающими факторами для размещения малых и средних предприятий являются: динамика ВРП (X1), оборот субъектов МСП (X2), доля городского населения (X4), затраты на развитие ИКТ (X5), плотность автомобильных дорог (X7). Стимулирующими факторами являются: уровень безработицы (X3) и количество высших учебных заведений (X6). Несомненно, полученные данные требуют проведения обязательной качественной интерпретации.

Таблица 2

**Корреляционный анализ факторов, оказывающих влияние на
размещение субъектов малого и среднего предпринимательства в
Свердловской области**

	Размещение МСП в Свердловской области, % от общего количества МСП в РФ	ВРП, млн. руб.	Оборот субъектов МСП, млрд. руб.	Уровень безработицы в регионе, %	Доля городского населения, %	Затраты, направленные на развитие информационно коммуникационных технологий, млн. руб.	Количество высших учебных заведений в регионе, ед.	Плотность автомобильных дорог в регионе, км.
R	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
Y	1							
X1	-0,83	1						
X2	-0,75	0,78	1					
X3	0,68	-0,87	-0,71	1				
X4	-0,76	0,91	0,50	-0,72	1			
X5	-0,46	0,85	0,65	-0,81	0,72	1		
X6	0,73	-0,84	-0,90	0,65	-0,68	-0,73	1	
X7	-0,61	0,91	0,77	-0,85	0,74	0,89	-0,78	1

Источник: составлено автором

Анализ представленной в табл. 2 корреляционной матрицы позволяет прийти к выводу о невозможности построения множественной регрессии для оценки количественного влияния представленных факторов на размещение малых и средних предприятий в силу наличия статистически значимых корреляций. Таким образом, оценка влияния выделенных факторов на размещение МСП была произведена посредством построения множества парных регрессий, представленных в табл. 3. Отмечено, что такие факторы, как X1 и X5 не представлены в таблице, поскольку гипотеза о значимости регрессии в целом была отклонена на 5% уровне значимости, то есть регрессионные уравнения на основании данных факторов не могут объяснять

особенности размещения малых и средних предприятий в выбранном для анализа регионе.

Таблица 3

**Регрессионный анализ факторов, оказывающих влияние на
размещение субъектов малого и среднего предпринимательства в
Свердловской области**

Фактор	Уравнение регрессии	Коэффициент детерминации R ²	F-статистика
Оборот субъектов МСП, млрд. руб.	$Y = 0,10981 - 0,00003 * X2$	0,56	12,93
Уровень безработицы в регионе, %	$Y = 0,01029 * X3$	0,92	127,5
Доля городского населения, %	$Y = 2,17877 - 0,02504 * X4$	0,58	14,1
Количество высших учебных заведений в регионе, ед.	$Y = 0,00231 * X6$	0,91	114,2
Плотность автомобильных дорог в регионе, км.	$Y = 0,12228 - 0,00055 * X7$	0,37	5,95

Источник: составлено автором

Проведенный анализ показал, что такие факторы, как X2, X4 и X7 обладают низкой объясняющей силой, то есть объясняют менее половины вариаций зависимой переменной. Однако данные регрессионные уравнения значимы в целом, что требует проведения качественной интерпретации, поскольку, как будет показано далее, данные факторы положительно влияют на количество субъектов малого и среднего предпринимательства в исследуемом регионе.

По данным, представленным в табл. 3, можно заключить, что наиболее сильное влияние на размещение малых и средних предприятий в Свердловской области оказывают уровень безработицы в регионе, % (X3) и количество высших учебных заведений в регионе, ед. (X6). Данные модели обладают высокой объясняющей силой, объясняя более 90% вариаций зависимой переменной. Таким образом, полученные взаимосвязи позволяют

построить прогнозы относительно размещения субъектов малого и среднего предпринимательства в Свердловской области.

Заключение

Система образования играет ключевую роль в контексте размещения субъектов малого и среднего предпринимательства в Свердловской области. Также было выявлено, что фактором размещения МСП является уровень безработицы: повышение уровня безработицы, которое является следствием влияния неблагоприятной макроэкономической конъюнктуры, оказывает положительное влияние на размещение МСП, поскольку потеря рабочих мест создает условия для реализации предпринимательских инициатив внутри субъекта Российской Федерации. Однако полученный в процессе исследования вывод вовсе не означает, что региональные власти не должны содействовать поддержанию оптимального уровня занятости. Показано, что размещение малых и средних субъектов является лишь косвенным эффектом роста уровня безработицы и региональным властям необходимо стимулировать размещение именно посредством системы образования, создания необходимой инфраструктуры и обеспечения здоровой конкуренции.

Таким образом, региональная политика, обеспечивающая размещение малых и средних предприятий, должна производиться по следующим ключевым направлениям: увеличение количества предпринимательских образовательных программ в вузах, внедрение образовательных программ, направленных на формирование навыков генерирования предпринимательских идей и инноваций, создание положительного имиджа предпринимателя с использованием масс-медиа, адресная поддержка перспективных предпринимательских идей, обеспечение инфраструктуры региона, создания условий для развития здоровой конкуренции. Предложенные мероприятия должны стимулировать предпринимательскую инициативу и способствовать размещению субъектов МСП на территории Свердловской области. Региональным властям необходимо создавать

благоприятные условия для приоритетного размещения малых и средних предприятий, обеспечивая высокий уровень развития информационно-коммуникационных технологий, транспортную инфраструктуру (плотность автомобильных дорог), необходимый уровень профессиональной и теоретической подготовки будущих предпринимателей, а также за счет реализации эффективной антимонопольной политики.

Литература

1. Аванесян Э.А., Радковская Е.В. Применение статистических методов для оценки развития малого и среднего предпринимательства в Свердловской области // Вопросы региональной экономики. 2021. № 1 (46). С. 21–29.
2. Берёзкин Ю.М., Далбаева В.Ю. Современные тенденции банковского кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства в России // Baikal Research Journal. 2022. № 2. С. 1–10.
3. Григорьев К.В. Доступность источников финансирования для предприятий малого и среднего предпринимательства // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2022. № 1 (133). С. 161–165.
4. Об отвержении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Свердловской области на период до 2035 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://mir.midural.ru/sites/default/files/files/515-pp_strategiya_msp.pdf (дата обращения: 01.07.2022).
5. Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://mir.midural.ru/podderzhka-subektov-malogo-i-srednego-predprinimatelstva> (дата обращения: 09.07.2022).
6. Рогова К.В. Современные представления о взаимосвязи деятельности малых и средних предприятий с региональным экономическим развитием // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия:

Политические, социологические и экономические науки. 2022. № 3 (25). С. 378–394.

7. Саврадым В.М., Шулекина Е.Н. Основные направления поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: организационный и финансовый аспекты // Финансовые рынки и банки. 2022. № 7. С. 18–23.

References

1. Avanesyan E.A., Radkovskaya E.V. Primenenie statisticheskikh metodov dlya ocenki razvitiya malogo i srednego predprinimatel'stva v Sverdlovskoj oblasti // Voprosy regional'noj ekonomiki. 2021. № 1 (46). S. 21–29.

2. Beryozkin YU.M., Dalbaeva V.YU. Sovremennye tendencii bankovskogo kreditovaniya sub"ektov malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossii // Baikal Research Journal. 2022. № 2. S. 1–10.

3. Grigor'ev K.V. Dostupnost' istochnikov finansirovaniya dlya predpriyatij malogo i srednego predprinimatel'stva // Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta. 2022. № 1 (133). S. 161–165.

4. Ob otverzhdenii Strategii razvitiya malogo i srednego predprinimatel'stva v Sverdlovskoj oblasti na period do 2035 goda [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: https://mir.midural.ru/sites/default/files/files/515-pp_strategiya_msp.pdf (data obrashcheniya: 01.07.2022).

5. Podderzhka sub"ektov malogo i srednego predprinimatel'stva [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://mir.midural.ru/podderzhka-subektov-malogo-i-srednego-predprinimatelstva> (data obrashcheniya: 09.07.2022).

6. Rogova K.V. Sovremennye predstavleniya o vzaimosvyazi deyatel'nosti malyh i srednih predpriyatij s regional'nym ekonomicheskim razvitiem // Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sociologicheskie i ekonomicheskie nauki. 2022. № 3 (25). S. 378–394.

7. Savradym V.M., SHulekina E.N. Osnovnye napravleniya podderzhki sub"ektov malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossijskoj Federacii:

organizacionnyj i finansovyj aspekty // Finansovye rynki i banki. 2022. № 7. S. 18–23.