

2. Азарова Л.В., Тюпаева А.И., Муркина А.Д. Об основных аспектах организации налогового мониторинга в России // Управление, экономика и право: проблемы, исследования, результаты: сборник статей IV Международной научно-практической конференции / науч. ред. К.Б. Герасимов. Пенза: Пензенский ГАУ, 2024. С. 27–30.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая): Федер. закон от 31 июля 1998 года № 146-ФЗ. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/ad2d87497fada04aad202fb700af1ea23deb266c/ (дата обращения: 14.01.2025).
4. Осокина И.В., Косов М.Е. Налоговый контроль в налоговом процессе. М.: Магистр; Инфра-М, 2011. 448 с.
5. О чём говорит налоговая статистика 2023–2024 и как защититься от рисков. URL: <https://companies.rbc.ru/news/XCWOWzIJZ/o-chem-govorit-nalogovaya-statistika-2023-2024-i-kak-zaschititsya-ot-riskov/> (дата обращения: 11.01.2025).
6. Федеральная налоговая служба: официальный сайт. URL: <https://www.nalog.gov.ru/rn77/> (дата обращения: 16.01.2025).

УДК 316.354.2:658.3

БЕЛОКОНЬ Жанна Вячеславовна – доцент кафедры социологии и социальных технологий ТвГТУ, Тверь (janna-08@yandex.ru)

ДОВГАЛЕВА Ирина Валерьевна – к. филос. н., доцент кафедры социологии и социальных технологий ТвГТУ, Тверь (diva150573@yandex.ru)

РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

© Белоконь Ж.В., Довгалева И.В., 2025

Аннотация. Проанализирована проблема развития человеческого капитала. Рассмотрена роль данного капитала в разработке маркетинговых стратегий организации. Представлены результаты эмпирического исследования, проведенного с помощью метода экспертного опроса (глубинного интервью) и посвященного восприятию человеческого капитала менеджерами организации. Рассмотрены развитие потенциала персонала и деятельность организации, направленная на реализацию указанного потенциала (на примере АО «Тверьгорэлектро»).

Ключевые слова: человеческий капитал, управление персоналом, социальные организации, кадровая политика, маркетинговые коммуникации.

Belokon J.V. – Associate Professor of the Department of Sociology and Social Technologies of TvSTU, Tver (janna-08@yandex.ru)

Dovgalyova I.V. – Ph.D., Associate Professor of the Department of Sociology and Social Technologies of TvSTU, Tver (diva150573@yandex.ru)

HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT IN A MODERN ORGANIZATION

Abstract. The problem of human capital development is analyzed. The role of this capital in the development of marketing strategies of the organization is considered. The results of an empirical study conducted using the expert survey method (in-depth interview) and devoted to the perception of human capital by managers of the organization are presented. The development of the personnel potential and the activities of the organization aimed at realizing this potential are considered (using the example of JSC Tvergorelectro).

Keywords: human capital, personnel management, social organizations, personnel policy, marketing communications.

Человеческий капитал как один из важнейших факторов развития производства и повышения благосостояния индивидов и групп на микро-, мезо- и макроуровнях в настоящее время изучается в рамках как междисциплинарных работ, так и специальных наук (экономики, социологии, демографии и др.). Трансформация взглядов на человеческий капитал привела к смещению акцента в восприятии людей: теперь они не просто рабочая сила, обладающая определенным запасом знаний и навыков, а обладающие творческим потенциалом субъекты, способные осуществлять инновационную деятельность.

В рамках системы управления социальных организаций человеческий капитал представляет собой резерв модернизации системы управления, на развитие и поддержание которого оказывает влияние совокупность маркетинговых коммуникаций. Конкурентные преимущества, приобретаемые человеком и обществом, обладающим человеческим капиталом, соответствующим запросам конкретного исторического периода, доказаны в ходе различных эмпирических и аналитических исследований. В России изучение социологическими методами деятельности предприятий, направленной на формирование указанного капитала и управление знаниями, реализуется в последние несколько десятилетий. Источником базу составляют труды представителей экономики, социологии, раскрывающие понятие человеческого капитала: Т. Шульца, Д. Дерра [11]; Г. Беккера [12]; П.Ф. Друкера [3]; П. Котлера, Р.Е. Турнера [13]; Э. Тоффлера [9] и пр. Здесь также следует назвать работы отечественных ученых Д.Л. Волкова, Т.А. Гараниной [1]; Г.Н. Тугусиной [10]; А.И. Добрынина, С.А. Дятлова,

Е.Д. Цыреновой [2, с. 46–49]; С.А. Дятлова [2; 4]; И.В. Ильинского [5]; А.С. Ищук [7]; В.В. Радаева [8] и др.

На протяжении Нового и Новейшего времени трансформировалось само понятие «человеческий капитал». Сначала данный капитал воспринимали просто как рабочую силу, потом пришли к пониманию того, что человеческий капитал подразумевает выработанную способность к творческой, инновационной деятельности, потребность в ней. Отметим, что уже с самого начала изучения феномена человеческого капитала научному сообществу было понятно, что степень развития и сохранность человеческого капитала тесно связаны с благосостоянием как самого индивида, так и микро- и макрогрупп, в которые он входит. Анализ и понимание законов функционирования данного капитала являются важными теоретическими и практическими задачами.

Взгляды ученых на структуру человеческого капитала, соотношение его составляющих постепенно эволюционируют. Однако до сих пор не установлено, является ли человеческий капитал полным набором качеств и компетенций индивида или к данному капиталу можно отнести только те из них, которые были приобретены в процессе жизни, либо те, что целенаправленно развивались и улучшались.

Постепенно вектор изучения человеческого капитала все больше смещается из области сугубо экономических наук в сферу наук гуманитарных. Связано это с осознанием, что важно не только наличие указанного капитала, но и желание применять его на практике. Исследуются мотивационные схемы, позволяющие индивиду и группе в полной мере использовать и совершенствовать свои знания и навыки. Развитие человеческого капитала, инвестиции в него закладываются в маркетинговые стратегии улучшения хозяйствующих субъектов. А в век цифровизации экономики, когда интенсифицировать бизнес-процессы возможно благодаря грамотному применению инструментов воздействия на человеческий ресурс, руководители организаций все чаще прибегают к существующим наработкам ученых и практиков, бенчмаркингу, заказывают собственные исследования состояния человеческого капитала предприятия и рекомендации, касающиеся инвестиционной деятельности и направленные на улучшение образования, здоровья, повышение мотивации сотрудников.

Уровень развития человеческого капитала хозяйствующего субъекта, степень удовлетворенности сотрудниками трудом в организации помогают в определении того, в каком направлении следует работать с человеческими ресурсами. Наиболее очевидными «инструментами» такой работы представляются управленцы различных звеньев. Целесообразно использовать метод интервью с менеджерами для выявления того, как они понимают человеческий капитал и способы применения его на практике (в своей организации). Особенно важно установить, обладают ли менеджеры

необходимыми знаниями, осведомлены ли о наличии и целях стратегии развития человеческого капитала. Нам представляется существенным проведение данного интервью с управленцами среднего уровня, так как они непосредственно взаимодействуют с рядовыми сотрудниками.

В социологическом исследовании, осуществленном нами, выдвигался ряд гипотез: управленческий персонал не до конца понимает значение термина «человеческий капитал»; менеджмент положительно оценивает возможность применения практик управления и развития данного капитала; персонал считает перспективным маркетинг человеческого капитала, который будет способствовать более эффективному достижению целей организации.

Исследование состоялось в мае 2024 года. В интервью приняли участие 10 сотрудников организации АО «Тверьгорэлектро» (6 мужчин и 4 женщины в возрасте от 30 до 50 лет), в основном занимающие позиции среднего менеджмента. У всех респондентов имеются высшее образование и стаж работы не менее 5 лет. Некоторые из респондентов проявили интерес к теме исследования и сообщили о своем намерении более детально ознакомиться с вопросами, связанными с накоплением и развитием человеческого капитала. Согласно полученным результатам, большинство менеджеров не считают управление человеческим капиталом отдельным видом деятельности. Многие воспринимают управление таким капиталом исключительно как улучшение условий работы сотрудников, повышение заработной платы, трудовую дисциплину.

Менеджеры неосознанно применяют управление человеческим капиталом в профессионально-трудовой деятельности. Управленческому персоналу неизвестно научное определение человеческого капитала, однако имеющееся обыденское представление можно считать приемлемым. Респонденты отмечали важность таких элементов человеческого капитала, как уровень образования, здоровье сотрудников, мотивированность и целеполагание. Необходимым условием применения стратегий управления и развития данного капитала является понимание менеджментом критических аспектов данной концепции, которые сформулировал Р.И. Капелюшников. «Основными видами вложений в человека считаются образование, производственная подготовка, охрана здоровья, миграция, поиск информации на рынке труда, рождение и воспитание детей. Образование и подготовка на производстве увеличивают объем человеческого капитала, охрана здоровья продлевает срок его “службы”, миграция и поиск информации на рынке труда способствуют повышению цен за его услуги, рождение и воспитание детей воспроизводят его в следующем поколении» [6, с. 7].

Разработка конкретных инструментов на предприятии необходима для реализации политики развития человеческого капитала, которая повлечет за собой формирование механизмов воздействия с учетом

состояния человеческого капитала и особенностей организационной культуры, повлияет на удовлетворенность трудом и производительность.

Опрашиваемые в основном были согласны с тезисом, что существует нереализованный потенциал в сфере накопления и развития человеческого капитала. Они отмечали позитивные изменения, связанные с управленческими решениями, нацеленными на улучшение условий труда и маркетинг человеческого капитала, а также предлагали возможные варианты решения проблем. Одним из главных направлений, по мнению сотрудников, могло бы стать повышение заработной платы (оно способствует удержанию наиболее ценных кадров, так как конкуренты порой переманивают человеческий ресурс). Еще одной важной задачей, отмечали респонденты, выступает создание положительного образа организации, возникающего через коммуникацию сотрудников с клиентами и расширение рекламного охвата посредством различных маркетинговых стратегий, таких как интернет-маркетинг, внешняя реклама, оформление бренда и его продвижение. Несмотря на то, что компания муниципальная и опрашиваемые за редким исключением не говорили о получении прибыли в качестве основной цели, большинство согласно, что использование указанных стратегий может привести к возникновению позитивного имиджа организации у потребителя, а следовательно, улучшить восприятие компании клиентами и обеспечить долгосрочные отношения с ними. Однако не все респонденты смогли четко сформулировать свои предложения, касающиеся направлений развития маркетинговой составляющей организации, и не согласились с важностью этого направления (данные респонденты, в частности, подчеркнули специфику акционерного общества, ограничивающую область применения маркетинговых стратегий).

Значительному улучшению качества человеческого капитала АО «Тверьгорэлектро» будет способствовать разработка единой системы управления вышеназванным капиталом, механизмов согласования между проводимыми мероприятиями и коммуникативными связями подразделения. Необходимо, кроме службы управления персоналом, привлекать и другие отделы к развитию рассматриваемого капитала, транслировать положительный опыт в филиалы и структурные элементы предприятия.

Для установления степени успешности функционирования стратегии, призванной улучшить человеческий капитал, рекомендуется периодически проводить мониторинг ее реализации, а также эмпирические исследования состояния данного капитала в целом и по категориям работников. Особенно важно развивать компетенции руководителей высшего и среднего менеджмента, увеличивать объем их знаний.

Таким образом, в рамках системы управления социальных организаций человеческий капитал представляет собой резерв

модернизации для этой системы. Не все компании полностью осознают потенциал использования маркетинговых технологий для накопления и развития указанного капитала. Отметим, что существуют широкие возможности для интегрирования таких технологий в планы стратегического развития предприятия. Еще одним направлением деятельности компаний может стать повышение осведомленности персонала, в особенности менеджмента, об эффективных способах сохранения и привлечения рассмотренного капитала. Представляется, что в совокупности направления деятельности смогут оказать непосредственное позитивное влияние на функционирование организации в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

Библиографический список

1. Волков Д.Л., Гаранина Т.А. Оценивание интеллектуального капитала российских компаний // Научные доклады. 2006. № 22(Р). С. 30–45. URL: https://gsom.spbu.ru/files/upload/niim/publishing/papers/Volkov_Garanina.pdf (дата обращения: 01.02.2025).
2. Добрынин А.И., Дятлов С.А., Цыренова Е.Д. Человеческий капитал в транзитивной экономике: формирование, оценка, эффективность использования. СПб.: Наука, 1999. 308 с.
3. Друкер П.Ф. Бизнес и инновации. М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2009. 423 с.
4. Дятлов С.А. Основы теории человеческого капитала. СПб.: Наука, 1994. 160 с.
5. Ильинский И.В. Инвестиции в будущее: образование в инновационном производстве. СПб.: СПбУЭФ, 1996. 163 с.
6. Капелюшников Р.И. Записка об отечественном человеческом капитале. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. 56 с. URL: https://www.hse.ru/data/2010/05/04/1216406890/WP3_2008_01.pdf (дата обращения: 01.02.2025).
7. Ищук А.С. История понятия «человеческий капитал» и современные подходы к определению его структуры // Молодой ученый. 2018. № 12 (198). С. 81–84. URL: <https://moluch.ru/archive/198/48943/> (дата обращения: 24.02.2025).
8. Радаев В.В. Экономическая социология: учеб. пособие для вузов. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. 602 с.
9. Тоффлер Э. Третья волна / пер. с англ. К.Ю. Бурмистрова [и др.]. М.: АСТ, 2004. 795 с.
10. Тугускина Г.Н. Сравнительный анализ методик и показателей человеческого капитала предприятий // Современные технологии управления. 2015. № 6 (54). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sravnitelnyy-analiz-metodik-i-pokazateley-otsenki-chelovecheskogo-kapitala-prepdriyatii> (дата обращения: 02.02.2025).
11. Шульц М., Дерр Д. Маркетинг профессиональных услуг. М.: Манн, Иванов и Фебер, 2012. 368 с.

12. Becker G.S. Human Capital. New York: Columbia University Press, 1964. 534 p.
13. Kotler P., Turner R.E. Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control. Scarborough, Ont.: Prentice Hall Canada, 1998. 896 p. URL: <https://archive.org/details/marketingmanagem0000kotl/> mode/2up (дата обращения: 03.02.2025).

УДК 004.85:338.3

БОЙКОВА Анна Викторовна – профессор, д. э. н., доцент кафедры экономики и управления производством ТвГТУ, Тверь (alexmario@mail.ru)
КУЗНЕЦОВ Кирилл Сергеевич – магистрант кафедры экономики и управления производством ТвГТУ, Тверь (kirill.kuznetsov.95@yandex.ru)

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СТОИМОСТЬ ОБУЧЕНИЯ БОЛЬШИХ ЯЗЫКОВЫХ МОДЕЛЕЙ

© Бойкова А.В., Кузнецов К.С., 2025

Аннотация. Указано, что процесс создания больших языковых моделей сопряжен с трудоемкими операциями, значительными затратами и высокими техническими требованиями. Отмечены проблемы развития данных моделей. Перечислены ключевые факторы, обуславливающие итоговую стоимость модели.

Ключевые слова: затраты, модели обучения, искусственный интеллект, обучение моделей, большие языковые модели, капитальные затраты, эксплуатационные затраты, облачные технологии.

Boikova A.V. – Professor, Doctor of Economics, Associate Professor of the Department of Economics and Production Management of TvSTU, Tver (alexmario@mail.ru)

Kuznetsov K.S. – Graduate Student of the Department of Economics and Production Management of TvSTU, Tver (kirill.kuznetsov.95@yandex.ru)

FACTORS AFFECTING THE COST OF TRAINING LARGE LANGUAGE MODELS

Abstract. It is stated that the process of creating large language models involves time-consuming operations, significant costs and high technical requirements. The problems of the development of these models are noted. The key factors determining the final cost of the model are listed.