

На правах рукописи



Заруцкая Вера Сергеевна

**УПРАВЛЕНИЕ СЕТЕВЫМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕМ ОРГАНИЗАЦИИ
НА ОСНОВЕ ОЦЕНКИ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА**

Специальность 08.00.05 –
Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент)

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Екатеринбург – 2022

Диссертационная работа выполнена на кафедре экономики предприятий
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Научный руководитель: доктор экономических наук, доцент
Орехова Светлана Владимировна (Россия),
профессор кафедры информационных технологий
и статистики ФГБОУ ВО «Уральский
государственный экономический университет»,
г. Екатеринбург

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор
Шерешева Марина Юрьевна (Россия),
профессор кафедры прикладной
институциональной экономики,
зав. лабораторией институционального анализа
экономического факультета ФГБОУ ВО
«Московский государственный университет им.
М. В. Ломоносова», г. Москва

доктор экономических наук,
доктор физико-математических наук, профессор
Попов Евгений Васильевич (Россия),
член-корреспондент РАН, директор Центра
социально-экономических исследований
Уральского института управления РАНХиГС,
г. Екатеринбург

Ведущая организация: ФГАОУ ВО «Дальневосточный федеральный
университет», г. Владивосток

Защита диссертации состоится 23 марта 2022 г. в 11:00 на заседании объ-
единенного диссертационного совета Д 999.118.02, созданного на базе ФГБОУ ВО
«Уральский государственный экономический университет», ФГАОУ ВО «Южно-
Уральский государственный университет (национальный исследовательский уни-
верситет)», по адресу: 620144, г. Екатеринбург, ГСП-985, ул. 8 Марта/Народной
Воли, 62/45, ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический универси-
тет», зал диссертационных советов (ауд. 150).

Отзывы на автореферат, заверенные гербовой печатью, просим направлять
по адресу: 620144, г. Екатеринбург, ГСП-985, ул. 8 Марта/Народной Воли,
62/45, ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»,
ученому секретарю объединенного диссертационного совета Д 999.118.02.
Тел./факс (343) 283-10-76.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ФГБОУ ВО
«Уральский государственный экономический университет». Автореферат разме-
щен на официальном сайте ВАК при Минобрнауки России:
<https://vak.minobrnauki.gov.ru> и на сайте ФГБОУ ВО «Уральский государственный
экономический университет»: <http://science.usue.ru>.

Автореферат разослан « ____ » _____ 2022 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,
доктор экономических наук, доцент



Н. А. Истомина

Общая характеристика работы

Актуальность темы исследования. Усложнение форм организации бизнеса, способов их интеграции и координации является императивом развития глобальной экономической системы. Акценты в управлении организацией смещаются от достижения уникальных устойчивых конкурентных преимуществ к сетевому взаимодействию с другими участниками рынка. В сети происходит коллективное создание ценности, распределение ресурсов и эффектов. В связи с этим на передний план выдвигаются стратегии кооперативного использования комплементарных ресурсов. Управленческие механизмы, обеспечивающие мотивацию организации к длительным устойчивым отношениям с другими участниками рынка, включают в себя репутацию, страхование, значительные издержки переключения в результате использования единых институтов, стандартов и технологий. На отдельных рынках важнейшим стимулом к сетевому взаимодействию организаций выступает социальный капитал.

Теория социального капитала является управленческой концепцией, предлагающей новые основания для формирования источников устойчивых конкурентных преимуществ и, как следствие, получения организацией дополнительных рента. В то же время вопросы идентификации и измерения социального капитала организации являются не до конца решенными. Фрагментарны исследования, позволяющие оценить роль социального капитала в управлении сетевым взаимодействием организации, его влияние на результаты ее деятельности.

Таким образом, актуальность диссертационного исследования обусловлена необходимостью теоретического осмысления и методического обеспечения управления сетевым взаимодействием организации на основе оценки влияния социального капитала на результаты ее деятельности.

Степень научной разработанности исследуемой проблемы. Проблемы интеграции бизнеса освещены в трудах С. Б. Авдашевой, А. Алчиана, К. Блуа, С. Н. Бочарова, В. В. Громько, Г. Демсеца, Т. Г. Долгопятовой, В. Ж. Дубровского, К. Менара, К. Оливера, С. В. Ореховой, У. Пауэлла, О. А. Романовой, И. Н. Ткаченко, О. Уильямсона, Ж. Усьё и др. Аспектам сетевого взаимодействия организаций уделено внимание таких исследователей, как М. Грановеттер, Д. Дайер, Д. Джарилло, В. С. Катъкало, Р. Майлз, М. С. Оборин, У. Пауэлл, Е. В. Попов, Х. Сингх, Ч. Сноу, О. А. Третьяк, Б. Уцци, М. Ю. Шерешева и др.

Анализ сетевых взаимодействий на рынке проведен в исследованиях А. В. Алтухова, Р. Баджо, С. Боргатти, А. С. Демина, У. К. Джункеева, Г. В. Заходякина, Дж. Иори, Дж. Ким, Ю. Ким, А. А. Маковеева, М. Кук, А. Презенца, С. А. Тищенко, С. Хазра, А. Хеидари, Ф. Чаддад, М. Чиполлина, М. Ю. Шерешевой, С. Ши и др.

Среди наиболее значимых научных работ, посвященных изучению феномена социального капитала, можно выделить труды П. Адлера,

С. Ю. Барсуковой, П. Бурдые, С. Гошал, Дж. Коулмана, С. Квон, Д. Кноке, Н. Лин, Р. Линдерса, Ж. Нахапет, Б. Ортиз, М. Палдэма, Р. Патнэма, В. В. Радаева, Ф. Фукуямы и др.

Вопросам оценки социального капитала организации посвящены труды М. Бреттеля, Х. Виедма, Е. Б. Гаффоровой, У. Жао, К. Жу, О. А. Игумнова, К. Клин, Р. Кросса, Д. Левина, Дж. Ли, Я. Кемпера, Б. Кока, А. Мартинас-Перес, А. Мат Сом, А. А. Муравьева, Ч. Оуи, М. Палдэма, М. Питерса, Д. Д. Попова, Ю. Ф. Поповой, Л. Поппо, Дж. Прескотт, Дж. Ритчи, Г. Свенсдена, А. Стробла, Ч. Хой, Х. Хорау, О. Шилке, Ш. Эктнер и др.

Объектом диссертационного исследования выступает процесс управления сетевым взаимодействием организации на основе оценки компонентов социального капитала.

Область исследования. Содержание диссертации соответствует п. 10.1 «Разработка проблем науки управления и методов ее познания. Теоретические взгляды на природу, сущность и развитие управления. Современные направления теоретико-методологических разработок в области управления. Предметные и междисциплинарные основания управления»; п. 10.8 «Управление экономическими системами, принципы, формы и методы его осуществления. Зависимость управления от характера и состояния экономической системы. Управление изменениями в экономических системах. Теория и практика управления интеграционными образованиями и процессами интеграции бизнеса»; п. 10.12 «Оценка управления организациями как социальными и экономическими системами. Критерии оценки эффективности управления. Методы и показатели оценки результативности управления» Паспорта специальности ВАК РФ 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент).

Предмет исследования – организационно-экономические отношения, складывающиеся в процессе сетевого взаимодействия организации.

Целью диссертационного исследования является развитие теоретических подходов и методического обеспечения управления сетевым взаимодействием организации на основе оценки социального капитала.

Для достижения поставленной цели требуется решить следующие **задачи**:

1) систематизировать подходы к изучению форм интеграции бизнеса, определить место сетевых структур в многообразии межорганизационных образований, на основании чего сформировать методологию исследования диссертационной работы; определить сущность механизмов управления сетевым взаимодействием организации; уточнить теории и подходы, изучающие содержание и роль социального капитала в управлении сетевым взаимодействием организации;

2) на основе консолидации существующих методических подходов предложить и апробировать комплексную систему показателей для анализа сетевого взаимодействия организаций на рынке;

3) разработать методику оценки социального капитала и с ее помощью сконструировать модель, позволяющую установить связь между компонентами социального капитала и результатами деятельности организации, функционирующей в условиях сетевого взаимодействия;

4) предложить алгоритм выбора стратегии управления сетевым взаимодействием организации на основе оценки ее социального капитала.

Теоретической и методологической основой исследования является междисциплинарный подход, включающий теории стратегического управления, социологии и философии. Сетевое взаимодействие организации рассмотрено через призму общего менеджмента, институциональной экономической теории, ресурсного и сетевого (отношенческого) подходов, теории социальных сетей. Для формирования методического подхода к оценке сетевого взаимодействия на рынке использованы теории отраслевых рынков и графов. Основой изучения феномена социального капитала является экономическая социология.

Информационно-эмпирическую базу исследования составили данные Федеральной службы государственной статистики; сведения о российских организациях туристской отрасли, вошедшие в базу данных «СПАРК Интерфакс»; внутренняя отчетность ООО «Туристическая фирма „Бархатный сезон“» и данные опросов туристских организаций Свердловской области, собранные автором; методическая и научная литература по проблемам управления сетевым взаимодействием организации и оценки социального капитала; диссертационные исследования по вопросам интеграции бизнеса на разных рынках; информационные ресурсы сети Интернет; материалы, содержащиеся в монографических и эмпирических исследованиях.

Методы исследования. Решение теоретических задач осуществлялось с применением общенаучных методов, в том числе системного анализа и синтеза, моделирования, типологизации, библиометрического и контент-анализа. Эмпирическая часть диссертации основана на использовании методов обработки экономико-статистических данных, опросов компаний и конструирования регрессионных моделей. Для разработки и апробации методического подхода к оценке сетевого взаимодействия организаций на рынке применен инструментарий теории графов. Для формирования методического подхода к оценке влияния компонентов социального капитала на результаты деятельности организации использована множественная логит-регрессия, построенная при помощи метода наименьших квадратов. При формировании алгоритма управления сетевым взаимодействием организации на основе оценки компонентов ее социального капитала использован затратно-стоимостной метод и кейс-стади.

Научные результаты диссертационного исследования, обладающие признаками научной новизны, заключаются в следующем.

1. На основе формирования методологии исследования интеграционных образований изучен феномен сетевого взаимодействия как комплекс устойчивых связей организации с другими независимыми участниками

рынка в виде отношенческих и (или) неоклассических долгосрочных контрактов по поводу совместного оптимального распоряжения и использования ресурсами. Выделены механизмы управления сетевым взаимодействием организации, выбор которых определяется ее ресурсной спецификой и особенностями рынка, на котором она функционирует. Обосновано, что социальный капитал является управленческим механизмом удержания долгосрочных сетевых взаимодействий, основанных на доверии участников друг к другу, и представляет собой мультиструктурный актив, формирующий совокупность институционализированных средств доступа организации к получению ресурсов сети (п. 10.1 и 10.8 Паспорта специальности ВАК РФ 08.00.05).

2. Предложен комплексный инструментарий, позволяющий измерить сетевые параметры рынка с помощью теории графов. На основе анализа отраслевых особенностей, экономико-статистических показателей развития и бизнес-связей туристского рынка Российской Федерации доказан его сетевой характер, отличающийся совместным созданием ценности всеми организациями рынка, существенной кластеризацией и наличием устойчивых материальных и нематериальных потоков. Установлено, что туристский рынок является типовым представителем рынков, на которых ключевым механизмом управления сетевым взаимодействием организации выступает социальный капитал (п. 10.8 Паспорта специальности ВАК РФ 08.00.05).

3. С помощью системы эконометрических моделей эмпирически определена прямая зависимость между уровнем отношенческого компонента социального капитала и темпом роста выручки, уровнем структурного компонента социального капитала и темпом роста рентабельности продаж; обратная зависимость между уровнем структурного компонента социального капитала и темпом роста выручки, а также уровнем когнитивного компонента социального капитала и темпом роста рентабельности продаж организаций на примере туристского рынка Российской Федерации (п. 10.12 Паспорта специальности ВАК РФ 08.00.05).

4. Предложен алгоритм выбора стратегий управления сетевым взаимодействием организации на основе разработки оригинального инструментария оценки компонентов социального капитала на микроуровне, особенность которого заключается в анализе портфеля устойчивых бизнес-связей организации затратно-стоимостным методом (п. 10.12 Паспорта специальности ВАК РФ 08.00.05).

Теоретическая значимость исследования состоит в расширении научных представлений о процессе управления сетевым взаимодействием организации, в развитии концептуальных положений, раскрывающих особенности социального капитала как механизма управления сетевым взаимодействием, в разработке методического подхода к оценке компонентов

социального капитала и его влияния на результаты деятельности организации, функционирующей в сети.

Практическая значимость исследования состоит в разработке прикладных рекомендаций по управлению и совершенствованию бизнес-процессов организации, функционирующей в условиях сетевого взаимодействия, а также разработке методического подхода к оценке компонентов социального капитала на микроуровне.

Апробация результатов исследования. Основные теоретические положения и практические выводы диссертационного исследования были представлены и обсуждены на международных и всероссийских научных конференциях, в том числе: I Международной научно-практической конференции «Менеджмент и предпринимательство в парадигме устойчивого развития» (Екатеринбург, 2018); международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы развития корпоративного управления и бизнеса» (Екатеринбург, 2018); всероссийской научно-практической конференции, посвященной 100-летию со дня рождения Б. Н. Христенко «Экономика и финансы в технологическом развитии России» (Челябинск, 2019); международной научно-практической конференции «Корпоративное управление и новые бизнес-модели: поиск механизмов согласованного развития» (Екатеринбург, 2019); III Международной научно-практической конференции «Менеджмент и предпринимательство в парадигме устойчивого развития» (Екатеринбург, 2020); международной научно-практической конференции «Конференция по устойчивому развитию: индустриальное будущее территорий» (Екатеринбург, 2020); международной научно-практической конференции «Трансформация моделей корпоративного управления в новых экономических реалиях» (Екатеринбург, 2020); международной научно-практической онлайн-конференции «Инвестиционная привлекательность в обеспечении экономической стабильности стран: глобальные проблемы и пути их решения» (Ташкент, 2021); международной научной конференции «Конкурентоспособность и развитие социально-экономических систем» памяти академика А. И. Татаркина (Челябинск, 2021); юбилейной конференции кафедры прикладной институциональной экономики МГУ им. М. В. Ломоносова (Москва, 2021).

Научные разработки, а также практические рекомендации, содержащиеся в диссертационном исследовании, были использованы:

- Свердловским областным Союзом промышленников и предпринимателей для анализа сетевых характеристик рынков Свердловской области;
- ГБУ СО «Центр развития туризма Свердловской области» при исследовании влияния социального капитала на результаты деятельности туристских организаций Свердловской области в 2021 г.;
- ООО «Туристическая компания „Фонд мира“» для анализа и проектирования системы управления бизнес-связями организации;

– ООО «Туристическая фирма „Бархатный сезон“» при анализе социального капитала за 2014–2020 гг. и корректировке политики взаимодействия с контрагентами;

– ООО «Туристическое агентство „Золотая колесница“» для разработки программы управления портфелем контрагентов;

– ООО «Веди Групп Урал» при разработке стратегии управления сетью устойчивых бизнес-связей организации.

Основные научно-методические положения, содержащиеся в диссертационном исследовании, нашли применение в учебном процессе ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет» при подготовке бакалавров в рамках основных образовательных программ 38.03.01 – Экономика (профиль «Экономика предприятий и организаций»), по дисциплине «Экономика организации»; 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Организация и планирование бизнеса»), по дисциплинам «Стратегическое управление и анализ», «Менеджмент».

Внедрение результатов исследования документально подтверждено актами, прилагаемыми к диссертационной работе.

Публикации. По теме диссертационного исследования опубликовано 16 печатных работ общим объемом 16,0 п. л., в том числе авторских 9,5 п. л. В изданиях, включенных в Перечень ведущих рецензируемых научных изданий, рекомендованных ВАК при Минобрнауки России, опубликовано четыре статьи; в изданиях, индексируемых в международной наукометрической базе данных Web of Science, – две статьи.

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы, включающего 243 наименования и семь приложений. Работа проиллюстрирована 54 таблицами и 24 рисунками. Общий объем диссертации – 270 страниц.

Во *введении* обоснована актуальность темы диссертационного исследования, определена степень разработанности проблемы, сформулированы цель, задачи, объект и предмет исследования, его теоретико-методологические основы, выделены положения научной новизны, теоретические и практические результаты исследования.

В *первой главе* «Теоретические аспекты управления сетевым взаимодействием организации» раскрыта эволюция подходов и выделены основания интеграции бизнеса; определен содержательный фундамент сетевого взаимодействия организаций и выделены механизмы управления сетевым взаимодействием; предложено авторское определение понятия «социальный капитал», изучена его роль в сетевом взаимодействии организации.

Во *второй главе* «Методическое обеспечение оценки сетевого взаимодействия организации» представлен обзор исследований по оценке уровня сетевизации организаций, в том числе организаций туристского рынка; разработана авторская комплексная методика анализа сетевых взаимодей-

ствий организаций на рынке; произведена апробация предложенной методики на примере туристского рынка Российской Федерации.

В *третьей главе* «Управление сетевым взаимодействием организации на основе оценки компонентов социального капитала» сделан научный обзор исследований, посвященных оценке социального капитала организаций; предложена и апробирована оригинальная методика оценки компонентов социального капитала на примере туристских организаций Свердловской области; разработан алгоритм управления сетевым взаимодействием организации на основе анализа ее бизнес-связей затратно-стоимостным методом.

В *заключении* представлены выводы по результатам диссертационного исследования.

В *приложениях* приводятся вспомогательные и аналитические материалы, иллюстрирующие отдельные положения исследования.

Основные научные положения и результаты диссертационного исследования, выносимые на защиту

1. На основе формирования методологии исследования интеграционных образований изучен феномен сетевого взаимодействия как комплекс устойчивых связей организации с другими независимыми участниками рынка в виде отношенческих и (или) неоклассических долгосрочных контрактов по поводу совместного оптимального распоряжения и использования ресурсами. Выделены механизмы управления сетевым взаимодействием организации, выбор которых определяется ее ресурсной спецификой и особенностями рынка, на котором она функционирует. Обосновано, что социальный капитал является управленческим механизмом удержания долгосрочных сетевых взаимодействий, основанных на доверии участников друг к другу, и представляет собой мультиструктурный актив, формирующий совокупность институционализированных средств доступа организации к получению ресурсов сети.

Экономические и институциональные процессы обуславливают развитие форм кооперации бизнеса и поиск эффективных способов управления взаимодействиями организации. Критический анализ теорий, объясняющих причины интеграции организаций, выявил, что она позволяет участникам использовать и развивать собственные ресурсы, сочетая их с ресурсами партнеров. Выбор интеграционной стратегии должен основываться на сопоставлении издержек и выгод от исключительных прав на ресурс, с одной стороны, и издержек совместного управления имуществом участниками сети, с другой стороны. Общая логика методологии исследования интеграции организаций представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Методология исследования интеграции организаций

Значительную долю интеграционных образований составляют «мягкие» формы – сети, основанные на гибридном механизме управления транзакциями. Критический анализ теорий (таблица 1), объясняющих *сетевое взаимодействие* организации, позволяет определить его как *комплекс устойчивых связей между независимыми участниками рынка по поводу оптимального распоряжения и использования ресурсами, заключенных в отношенческие долгосрочные контракты*.

Таблица 1 – Вклад теорий в изучение сетевого взаимодействия организации

Теория	Авторы	Объект исследования	Предмет исследования	Вклад в изучение сетевого взаимодействия
Социальная психология	Я. Морено, А. Бейвлас, Х. Левитт и др.	Группы индивидов	Структура и качество связей между индивидами	Применение теории графов к исследованию социальных взаимодействий; изучение качества связей в сети
Социальная антропология	А. Р. Рэдклифф-Браун, З. Найдел, Дж. К. Митчелл	Группы социальных акторов	Структура связей между акторами	Введение в аппарат теории сетей понятия «актор» (отдельный индивид или более сложный субъект); выделение видов взаимодействий по содержанию (продукты, услуги, эмоции и т. п.), форме (длительность и теснота связей), интенсивности
Экономическая социология	М. Грановеттер, П. Бурдье, Дж. Коулмен, Б. Уцци, В. Радаев	Рынок как совокупность социальных сетей	Экономическое поведение рыночных акторов	Встраивание социальной структуры в анализ экономического поведения индивидов и организаций; разработка концепции социального капитала
Сетевой подход в экономике и стратегическом управлении	К. Блуа, Ч. Сноу, Р. Майлз, О. Уильямсон, Х. Сингх, Д. Дайер, М. Ю. Шерешева, Е. В. Попов	Сеть как форма (способ, модель) организации бизнеса	Сетевые эффекты и влияющие на них факторы	Выявление экономических оснований сетей: квазиинтеграция – способ управления активами; отношенческий контракт – способ управления транзакциями; способ экономии на транзакционных издержках по сравнению с альтернативными способами осуществления транзакций: иерархиями и рыночными обменами; сетевой принцип построения бизнес-модели – способ достижения конкурентных преимуществ и совместного извлечения квазиаренды

Система управления сетевым взаимодействием организации представлена на рисунке 2.



Рисунок 2 – Схема управления сетевым взаимодействием организации

Организация должна осуществлять выбор ключевого сетевого ресурса, на который будет направлено ее управленческое воздействие. Снижение неопределенности внутри сети достигается с помощью «вынужденного доверия», обеспечивающего исполнение условий сделок ее членами путем эффективных коллективных санкций. При этом доверие не может являться единственным механизмом, который регулирует сложные дорогостоящие сделки с участием высокоспецифичных активов.

Применение социального капитала наиболее типично для рынков, где обращаются относительно неспецифичные активы и устойчивость связей обусловлена высокими издержками рыночных обменов (таблица 2). На основе терминологического анализа установлено, что *социальный капитал – это мультиструктурный нематериальный актив, формирующий совокупность институционализированных средств доступа организации к получению ресурсов сети.*

Таблица 2 – Взаимосвязь рыночной среды и выбора ресурсного управленческого воздействия при управлении сетевым взаимодействием организации

Ключевой ресурс сетевого взаимодействия	Число участников и концентрация рынка	Специфичность активов	Характер сделок (частота, размер)	Скорость инноваций на рынке	Стадия жизненного цикла рынка
Технологии	Большое/небольшое число участников; возможна концентрация рынка	Специфические	Повторяющиеся; крупные/средние/мелкие	Высокая	Зарождение; рост; зрелость
Институты	Большое число участников	Неспецифические; специфические	Повторяющиеся; крупные/средние/мелкие	Средняя	Зрелость; спад
Бизнес-процессы	Большое число участников	Специфические	Повторяющиеся	Высокая; средняя	Зрелость; спад
Технологический стандарт	Небольшое число участников; возможна концентрация рынка	Специфические	Повторяющиеся; крупные	Высокая; средняя	Зрелость
Социальный капитал	Большое число участников	Неспецифические; специфические	Повторяющиеся; средние/мелкие	Средняя; невысокая	Зрелость; спад

Социальный капитал состоит из структурного, когнитивного и отношенческого компонентов (рисунок 3).



Рисунок 3 – Структура социального капитала межорганизационных сетей

В результате формирования и применения социального капитала возникают как положительные, так и отрицательные эффекты. С одной стороны, происходит снижение многих транзакционных издержек, членам

сети открывается доступ к ресурсам других участников. С другой стороны, связанность и ограниченность в выборе контрагентов может привести к худшим результатам деятельности организации по сравнению с использованием рыночного механизма отбора контрагентов.

2. Предложен комплексный инструментарий, позволяющий измерить сетевые параметры рынка с помощью теории графов. На основе анализа отраслевых особенностей, экономико-статистических показателей развития и бизнес-связей туристского рынка Российской Федерации доказан его сетевой характер, отличающийся совместным созданием ценности всеми организациями рынка, существенной кластеризацией и наличием устойчивых материальных и нематериальных потоков. Установлено, что туристский рынок является типовым представителем рынков, на которых ключевым механизмом управления сетевым взаимодействием организации выступает социальный капитал.

Исследование сетевого взаимодействия экономических агентов предполагает дополнение традиционных статистических методов оценки. На основе критического обзора имеющихся научных работ, посвященных применению инструментария теории сетей к решению управленческих проблем, предложена комплексная методика анализа сетевого взаимодействия на рынках (таблица 3). Предлагаемая методика является универсальным инструментом для расчета базовых характеристик сетевого взаимодействия экономических агентов любого рынка.

Таблица 3 – Методика анализа сетевого взаимодействия на рынках

Шаг	Содержание
<i>Этап 1. Сбор и подготовка данных о рынке создания ценности</i>	
Формирование перечня узлов	Определение принципа группировки организаций в узлы для конкретного рынка, сбор данных о численности группируемых организаций из статистических источников. Перечень узлов характеризует качественный состав и размер исследуемого рынка
Составление матрицы смежности (adjacency matrix)	Матрица смежности используется для представления конечного графа. Элементы $a_{x,y}$ имеют значение, отличное от 0, если между узлами x и y существует связь. $a_{x,y} = 1$, если связь простая (невзвешенный граф ¹); $a_{x,y} = w$, если у связи есть какой-то вес (взвешенный граф ²). Матрица отражает наличие связи и ее направление от одного узла к другому
Графическая визуализация сетевой структуры рынка	Построение графа сети туристского рынка дает общее представление о топологических характеристиках моделируемой сети и позволяет увидеть, есть ли в ней фокальный узел

Продолжение таблицы 3

Шаг	Содержание
<i>Этап 2. Расчет показателей макроуровня (для всей сети)</i>	
Плотность сети (density)	Показывает отношение числа связей в графе к числу связей в полном графе ³ с тем же числом узлов
Средняя степень сети	Является средней арифметической всех степеней узлов в графе. Степень узла показывает количество связей, соединяющих вершину с ее соседями ⁴
Диаметр	Диаметр графа – это самое длинное из возможных в данном графе расстояний между двумя любыми узлами. Значение показателя варьирует от 1 до $ E $ (число связей) и отражает скорость перемещения информации и ресурсов между узлами сети. Значение диаметра, равное $ E $, говорит о том, что сеть является последовательной цепочкой создания стоимости, где товар проходит несколько стадий производства жестко последовательно. При значении диаметра 1 абсолютно все узлы сети связаны между собой
Централизация сети (centralization)	Значение показателя достигает максимума (1), когда один узел связан со всеми остальными узлами, а остальные взаимодействуют только с этим узлом. При минимальном значении (0) все значения степени центральности равны. В случае ориентированного графа степень централизации по входным узлам учитывает только связи по входящим ребрам графа, а степень централизации по выходным узлам – только связи по исходящим ребрам в графе. Централизация показывает уровень контроля отдельной фирмы в сети
Индекс k -core	k -ядро графа – это максимально связанный сегмент графа, в котором все вершины имеют степень k или выше. Характеризует наличие в сети ядра активно взаимодействующих узлов
Размер ядра и его состав	Определяется количеством узлов, входящих в ядро, т. е. имеющих первостепенное значение в сети
Коэффициент кластеризации глобальный	Является средним арифметическим от коэффициентов кластеризации каждого из узлов сети. Показывает, сколько ближайших соседей данного узла являются также ближайшими соседями друг для друга. Чем выше коэффициент, тем больше вероятности, что сеть состоит из нескольких обособленных групп
<i>Этап 3. Расчет показателей микроуровня (для узлов)</i>	
Степень центральности по входящим связям (in-degree centrality)	Сумма числа узлов j в сети (от 1 до l), которые соединяются направленной связью от узла j к узлу i
Степень центральности по исходящим связям (out-degree centrality)	Сумма числа узлов j в сети (от 1 до l), которые соединяются направленной связью от узла i к узлу j

Продолжение таблицы 3

Шаг	Содержание
Центральность по уровню близости узла (closeness centrality)	Величина, обратная сумме геодезических расстояний (длина кратчайшего пути между узлами i и j) от узла i до всех других узлов в сети (от 1 до l). Узел является центральным, если он может быстро взаимодействовать со всеми другими узлами. Высокий показатель центральности по близости у узла будет означать его бóльшую свободу от влияния других и более высокую способность к независимым действиям
Центральность по уровню промежуточности узла (betweenness centrality)	Сумма предполагаемых вероятностей расположения узла i вдоль любого геодезического пути, который выбрали все пары узлов (узлы j и k , за исключением узла i) в сети. Измеряет степень, в которой узел может играть роль посредника с потенциалом контроля над другими. Узел с высокой промежуточной центральностью является важным посредником между парами других узлов и обладает большой способностью упрощать или ограничивать взаимодействия между другими узлами
Коэффициент кластеризации локальный	Степень концентрации связей узла с его соседями в графе. Показывает меру локальной неоднородности плотности связей
<i>Этап 4. Интерпретация полученных результатов</i>	
<p>Примечания</p> <p>¹ Невзвешенный граф – граф, у которого все связи равнозначны.</p> <p>² Взвешенный граф – граф, каждой связи которого соответствует некое значение (вес связи).</p> <p>³ Полный граф – граф, в котором каждая пара вершин соединена связью.</p> <p>⁴ Соседи – вершины, находящиеся концах одной связи.</p>	

В диссертационном исследовании апробация методики проводилась на туристском рынке Российской Федерации.

Оценка экономических показателей и структуры туристского рынка в 2014–2019 гг. позволила установить следующее:

- 1) рынок представлен большим количеством организаций, ведущих различную деятельность, в том числе не только туристскую;
- 2) сделки по созданию и реализации туристского продукта носят преимущественно краткосрочный характер; размер относительно небольшой;
- 3) отсутствует единый стандарт туристского продукта, так как предметом сделок могут выступать отдельные товары и услуги;
- 4) на рынке отсутствует жесткая цепочка движения ценности от поставщика к потребителю, а сам рынок носит сетевой характер;
- 5) частота сделок определяет высокие издержки по отбору контрагентов рыночными способами.

Сетевое взаимодействие на туристском рынке обусловлено устойчивостью каналов создания ценности, представляющих собой связи внутри собирательной группировки «Туризм». Сеть включает 15 укрупненных узлов, выделенных на основе ОКВЭД2 (рисунок 4).

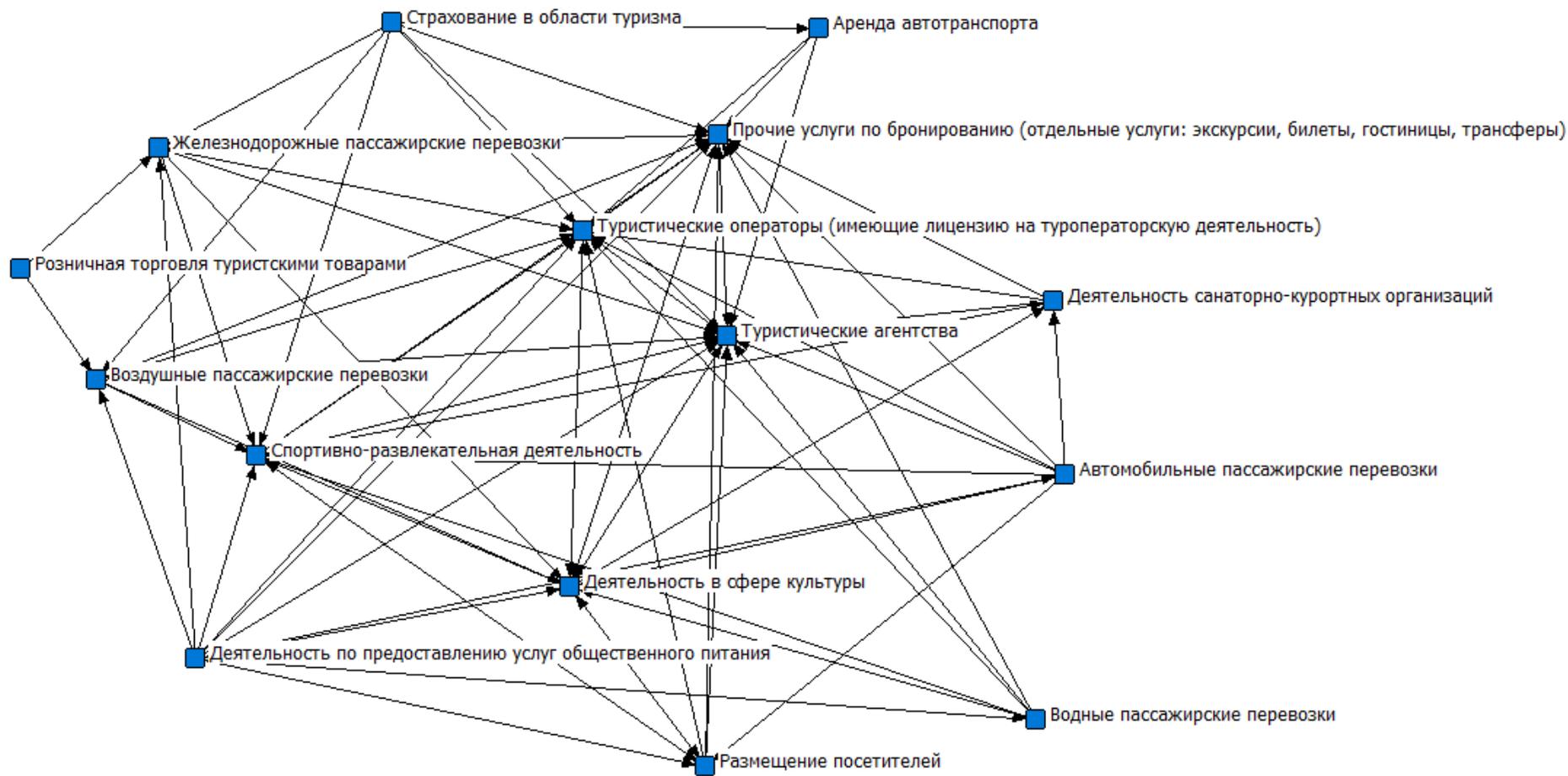


Рисунок 4 – Сетевое взаимодействие на туристском рынке России

Результаты анализа сети туристского рынка приведены в таблице 4.

Таблица 4 – Результаты анализа сети туристского рынка Российской Федерации

Показатели макроуровня сети						
Показатель					Значение	
Количество узлов					15	
Количество связей					73	
Средняя степень сети					4,867	
Диаметр					4	
Средняя длина пути					1,982	
Плотность сети					0,348	
Индекс <i>k</i> -core					7	
Размер ядра					6	
Степень централизации					0,368	
Коэффициент кластеризации сети					0,467	
Взвешенный коэффициент кластеризации сети					0,433	
Показатели отдельных узлов сети						
Узел	Степень центральности		Центральность по уровню близости узла		Центральность по уровню промежуточности узла	Локальный коэффициент кластеризации
	по входящим связям	по исходящим связям	по входящим связям	по исходящим связям		
Туристические агентства	13	2	0,067	0,026	7,30	0,359
Туристические операторы	12	3	0,063	0,026	7,30	0,359
Прочие услуги по бронированию	13	3	0,067	0,026	7,80	0,353
Железнодорожные пассажирские перевозки	3	5	0,026	0,029	5,80	0,446
Автомобильные пассажирские перевозки	1	7	0,023	0,030	0,33	0,625
Аренда автотранспорта	1	3	0,015	0,023	0,00	0,667
Водные пассажирские перевозки	1	5	0,023	0,029	0,00	0,700
Воздушные пассажирские перевозки	3	5	0,026	0,029	5,80	0,446
Размещение посетителей	4	5	0,038	0,028	1,50	0,643
Деятельность санаторно-курортных организаций	3	4	0,037	0,024	0,00	0,667
Страхование в области туризма	0	7	0,014	0,034	0,00	0,452
Деятельность по предоставлению услуг общественного питания	1	10	0,031	0,037	48,00	0,478
Деятельность в сфере культуры	9	7	0,053	0,033	74,33	0,409
Спортивно-развлекательная деятельность	9	5	0,050	0,024	7,83	0,402
Розничная торговля туристскими товарами	0	2	0,014	0,026	0,00	0,000

Сеть состоит из ядра и периферии. В состав ядра вошло шесть узлов: туристические агентства; туристические операторы; организации, предоставляющие прочие услуги по бронированию; организации, ведущие деятельность по предоставлению услуг общественного питания, деятельность в сфере культуры и спортивно-развлекательную деятельность. Узлы, входящие в ядро сети, будут наиболее сильно реагировать на колебания на рынке в силу своей связанности, тогда как узлы периферии будут более устойчивы к этим колебаниям. Каждый узел в среднем связан с 4–5 другими узлами сети, что подтверждает их взаимную зависимость.

Плотность сети характеризует ее как разреженную. В сети есть устойчивые потоки ценности и информации от поставщиков к потребителям. Как правило, такие сети выстроены за счет социального капитала, обеспечивающего стабильность и предсказуемость типовых сделок. Значение коэффициента кластеризации иллюстрирует наличие нескольких крупных кластеров вокруг основных узлов.

Наибольшую степень центральности по входящим связям имеют туристические агентства, туроператоры и организации, оказывающие прочие услуги по бронированию, что согласуется с логикой рынка и означает, что эти бизнесы зависят от деятельности сети в целом. Наибольшее значение показателя центральности по промежуточности имеют организации общественного питания и организации, ведущие деятельность в сфере культуры, что свидетельствует об их роли ключевых посредников («мостов») в сети. Это подтверждает факт, что развитость социокультурной среды и инфраструктуры имеет наибольшее влияние на функционирование всего туристского рынка. Высокое значение локального коэффициента кластеризации имеют перевозчики автомобильным и водным транспортом, а также отели и санатории, что отражает уровень власти в сети и вероятность создания отдельного кластера вокруг узла.

Полученные эмпирические расчеты подтверждают, что рынок туристских услуг имеет сетевой характер, обусловленный совместным созданием ценности всеми узлами сети, существенной кластеризацией и наличием устойчивых материальных и нематериальных потоков. Совокупность детерминант туристского рынка свидетельствует о ключевой роли социального капитала в формировании и удержании сетевых взаимодействий. Установлено, что наибольшее влияние на туристский рынок имеют организации, не ведущие исключительно туристскую деятельность. Результаты комплексного анализа туристского рынка позволяют утверждать, что устойчивые сетевые взаимодействия организаций на нем могут основываться на социальном капитале.

3. С помощью системы эконометрических моделей эмпирически определена прямая зависимость между уровнем отношенческого компонента социального капитала и темпом роста выручки, уровнем структурного компонента социального капитала и темпом роста рен-

табельности продаж; обратная зависимость между уровнем структурного компонента социального капитала и темпом роста выручки, а также уровнем когнитивного компонента социального капитала и темпом роста рентабельности продаж организаций на примере туристского рынка Российской Федерации.

Следующий этап исследования посвящен оценке влияния компонентов социального капитала на результаты деятельности организаций туристского рынка (таблица 5).

Таблица 5 – Методика эмпирического оценивания влияния компонентов социального капитала на результаты деятельности организаций

Этап	Содержание этапа
1. Выдвижение гипотез исследования	Определение круга гипотез относительно связи социального капитала с результатами деятельности организаций
2. Составление формы анкеты	<ol style="list-style-type: none"> 1. Отбор факторов, отражающих компоненты социального капитала. 2. Подготовка опросного листа, отвечающего перечню отобранных компонентов социального капитала. 3. Формирование электронной версии анкеты
3. Проведение опроса организаций	Получение 101 заполненной анкеты от организаций Свердловской области, ведущих турагентскую и туроператорскую деятельность.
4. Сбор данных о результатах деятельности туристских организаций, участвовавших в опросе	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сбор статистических данных по показателям выручки и чистой прибыли организаций, участвовавших в опросе, с помощью базы СПАРК-Интерфакс. 2. Расчет показателя рентабельности продаж у каждой из опрашиваемых организаций за период 2017–2020 гг.
5. Статистическая обработка результатов опроса	Формирование балльных оценок по каждому компоненту социального капитала – структурному, отношенческому, когнитивному
6. Конструирование эконометрических моделей	<ol style="list-style-type: none"> 1. Выбор эконометрической модели. 2. Конструирование модели для оценки влияния компонентов социального капитала на выручку организаций. 3. Конструирование модели для оценки влияния компонентов социального капитала на рентабельность продаж организаций
7. Эмпирическая проверка эконометрической модели	<ol style="list-style-type: none"> 1. Определение влияния значимых компонентов социального капитала на выручку организаций. 2. Определение влияния значимых компонентов социального капитала на рентабельность продаж организаций

Продолжение таблицы 5

Этап	Содержание этапа
8. Интерпретация результатов	<p>1. Связь полученных результатов о влиянии компонентов социального капитала на выручку с деловыми практиками организаций.</p> <p>2. Связь полученных результатов о влиянии компонентов социального капитала на рентабельность продаж с деловыми практиками организаций.</p> <p>3. Связь полученных результатов исследования с имеющимися теоретическими представлениями о влиянии социального капитала на деятельность организаций</p>

Гипотезы данной части исследования представлены в таблице 6.

Таблица 6 – Гипотезы о влиянии компонентов социального капитала на результаты деятельности организаций

Гипотеза	Содержание гипотезы	Объяснение гипотезы
Н1. Структурный компонент социального капитала оказывает положительное влияние на результаты деятельности организации	<p>Н1.1. Чем выше балл значимости структурного компонента социального капитала, тем выше темп роста выручки организации.</p> <p>Н1.2. Чем выше балл значимости структурного компонента социального капитала, тем выше темп роста рентабельности продаж организации</p>	Чем больше устойчивых деловых связей у организации, тем ниже уровень предконтрактных транзакционных издержек
Н2. Отношенческий компонент социального капитала оказывает положительное влияние на результаты деятельности организации	<p>Н2.1. Чем выше балл значимости отношенческого компонента социального капитала, тем выше темп роста выручки организации.</p> <p>Н2.2. Чем выше балл значимости отношенческого компонента социального капитала, тем выше темп роста рентабельности продаж организации</p>	Чем выше уровень доверия между организацией и ее поставщиками и покупателями, тем ниже транзакционные издержки осуществления сделок
Н3. Когнитивный компонент социального капитала оказывает положительное влияние на результаты деятельности организации	<p>Н3.1. Чем выше балл значимости когнитивного компонента социального капитала, тем выше темп роста выручки организации.</p> <p>Н3.2. Чем выше балл значимости когнитивного компонента социального капитала, тем выше темп роста рентабельности продаж организации</p>	Отработанные деловые процедуры и привычный деловой язык внутри деловой сети упрощают и удешевляют процесс сделок, т. е. постконтрактные транзакционные издержки

Для определения влияния компонентов социального капитала на результаты деятельности организаций применялась модель множественной логит-регрессии. Данные о значимости компонентов социального капитала

получены путем опроса 101 туристской организации Свердловской области с использованием 5-балльной шкалы Ликерта. Данные о результатах деятельности организаций получены из базы SPARK-Interfax за 2017–2020 гг. Отдельно оценивалось влияние компонентов социального капитала на темпы роста выручки и рентабельности продаж организаций.

Базовые эконометрические модели и полученные уравнения регрессии с учетом значимости факторов представлены в таблице 7. Для поиска взаимосвязи между зависимой и результирующей переменной был применен метод наименьших квадратов.

Таблица 7 – Эконометрическая модель оценивания влияния компонентов социального капитала на результаты деятельности организации

Этап оценивания	Базовая эконометрическая модель	Уравнение регрессии с учетом значимости факторов
Влияние компонентов социального капитала на темп роста выручки организации	$V = f(SSC, RSC, CSC)$	$V = -281\,035 \times SSC + 509\,091 \times RSC$
Влияние компонентов социального капитала на темп роста рентабельности продаж организации	$R = f(SSC, RSC, CSC)$	$R = 0,340 \times SSC - 0,339 \times RSC$
<p>Примечание – Условные обозначения: V – темп роста выручки; R – темп роста рентабельности продаж; SSC – показатель структурного компонента социального капитала; RSC – показатель отношенческого компонента социального капитала; CSC – показатель когнитивного компонента социального капитала.</p>		

Между темпом роста выручки и показателями социального капитала выявлена слабая связь. Структурный компонент социального капитала влияет на темп роста выручки отрицательно, а отношенческий компонент – положительно. Влияние когнитивного компонента на темп роста выручки не установлено. Между темпом роста рентабельности продаж и показателями социального капитала выявлена средняя связь. Влияние отношенческого компонента социального капитала не установлено. Структурный компонент положительно влияет на рост рентабельности продаж организации. Таким образом, гипотезы Н1.2 и Н2.1 подтвердились полностью.

Интерпретация полученных результатов позволяет заключить, что применение структурного компонента социального капитала (сети постоянных контрагентов) не ведет к росту выручки. Следовательно, рост бизнеса на туристском рынке требует от организации создания новых деловых связей. В условиях сжимающегося рынка отношенческий компонент социального капитала обеспечивает дополнительную устойчивость бизнеса,

т. е. делает более эффективным применение имеющихся активов организации. Однако, отдавая предпочтение тем, с кем выстроены привычные процедуры работы, организация упускает сделки, в которых прибыльность была бы выше.

4. Предложен алгоритм выбора стратегий управления сетевым взаимодействием организации на основе разработки оригинального инструментария оценки компонентов социального капитала на микроуровне, особенность которого заключается в анализе портфеля устойчивых бизнес-связей организации затратно-стоимостным методом.

На микроуровне наиболее применим затратно-стоимостной метод, положенный в основу авторской методики оценки сетевого взаимодействия организации (таблица 8).

Таблица 8 – Методика оценки социального капитала на микроуровне затратно-стоимостным методом

Этап	Содержание
1. Формирование конструкции эго-сети	1.1. Описание деятельности компании с точки зрения применяемых трансакций: визуализация эго-сети организации. 1.2. Построение перечня трансакций с внешними контрагентами организации
2. Сбор данных о структурном компоненте социального капитала организации	Оценка структурного компонента социального капитала организации (анализ состава и связей с контрагентами)
3. Оценка экономического эффекта от имеющегося социального капитала организации	3.1. Оценка отношенческого и когнитивного компонентов социального капитала, применяемого в устойчивых бизнес-связях туристских агентств. 3.2. Расчет экономии трансакционных издержек организации при ведении деятельности с использованием социального капитала (по сравнению с ведением деятельности без социального капитала)
4. Интерпретация результатов	

Апробация проводилась на примере действующей организации ООО «Туристическая фирма „Бархатный сезон“». Типичные трансакции исследуемой организации представлены в таблице 9.

Таблица 9 – Классификация трансакций ООО «Туристическая фирма „Бархатный сезон“» по О. Уильямсону и Норту – Эггертссону

Трансакция	Тип специфичности актива	Частота сделок с одним и тем же контрагентом	Трансакционные издержки	
			предконтрактные	постконтрактные
Покупка товаров и услуг для поддержания деятельности организации	Неспецифичные	Разовые; повторяющиеся	Издержки поиска информации о поставщике (предлагаемые товары и услуги, условия сделки). Издержки ведения переговоров с поставщиком (согласования цен и состава покупаемых услуг)	Издержки мониторинга (отслеживание обновлений услуг и цен; контроль качества поставляемых товаров и услуг)
Покупка туристских услуг для дальнейшей реализации потребителю	Неспецифичные	Разовые; повторяющиеся	Издержки поиска информации о поставщике (предлагаемые туры, услуги, репутация, сбор рекомендаций)	Издержки принуждения к исполнению обязательств (составление претензий в случае неисполнения обязательств). Издержки мониторинга (дополнительное время на проверки выполнения заказанных услуг)
Продажа туристских услуг потребителю	Неспецифичные и специфичные (обусловлены особенностями человеческого капитала)	Разовые; повторяющиеся	Издержки поиска информации об услугах и ценах. Издержки ведения переговоров с покупателем (о составе услуг и ценах). Издержки заключения контракта (личной встречи и финального обсуждения условий сделки)	Издержки мониторинга (отслеживание своевременного поступления платежей)

Пошаговый анализ эго-сети организации установил наличие устойчивых связей с контрагентами (таблица 10).

Таблица 10 – Анализ портфеля устойчивых бизнес-связей с контрагентами
ООО «Туристическая фирма „Бархатный сезон“»

Показатель	Поставщики	Туроператоры	Покупатели
Число устойчивых бизнес-связей, шт.	12	28	157
Доля в общем объеме контрагентов, %	48	52	34
Доля сделок с устойчивыми бизнес-связями в общем обороте с данным типом контрагентов, %	86,6	91,8	74,7
Средняя частота сделок одной устойчивой бизнес-связи*, сделок в год	2,5	8	2
Средняя длительность существования устойчивой бизнес-связи, лет	4,5	4,6	2,8
Примечание – * Рассчитывается как отношение суммарного числа сделок к количеству лет взаимодействия (годы, в которые сделки совершались).			

С 2014 по 2019 г. частота сделок организации с устойчивыми бизнес-связями нарастала до слома этого тренда в кризисном для туристского рынка 2020 г. (рисунок 5).

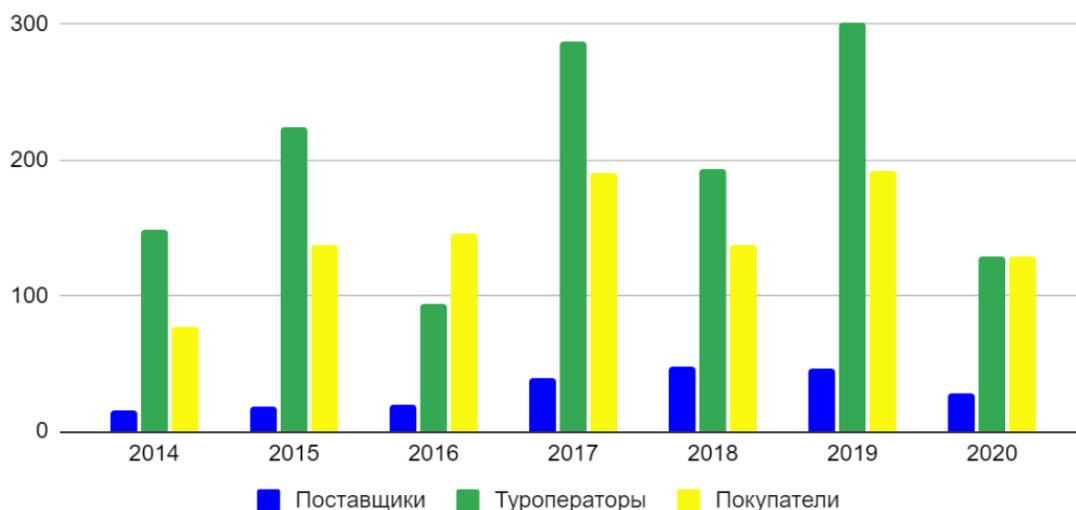


Рисунок 5 – Динамика частоты сделок с устойчивыми бизнес-связями
ООО «Туристическая фирма „Бархатный сезон“» за 2014–2020 гг.

Расчет экономии транзакционных издержек основан на установлении норм их снижения в случае работы организации с устойчивыми бизнес-связями. Данные о нормах снижения получены путем экспертного оценивания сотрудниками туристских организаций, которые участвовали в опросе. Экономия транзакционных издержек в случае применения социального капитала в работе с контрагентами составила для исследуемой организации 46,8 % от их стандартного уровня без применения социального капитала.

Стратегические альтернативы управления сетевым взаимодействием организации на основе оценки социального капитала предполагают учет двух групп факторов: силу положительной отдачи от социального капитала и состояние рынка (рисунок 6).

		Состояние рынка		
		Растущий	Стабильный	Стагнирующий
Степень положительного влияния социального капитала	Высокая (положительное влияние в 5–6 случаях из 6)*	Комбинированная (2)	Развивать сеть (1)	Развивать сеть (1)
	Средняя (положительное влияние в 3–4 случаях из 6)	Приоритет рыночным механизмам отбора бизнес-связей (3)	Комбинированная (2)	Развивать сеть (1)
	Низкая (положительное влияние в 1–2 случаях из 6)	Приоритет рыночным механизмам отбора бизнес-связей (3)	Приоритет рыночным механизмам отбора бизнес-связей (3)	Комбинированная (2)**

Примечание – * Каждый балл означает положительное влияние каждого из трех компонентов социального капитала на темп роста рентабельности продаж и темп роста выручки. ** Положение исследуемой организации.

Рисунок 6 – Матрица выбора стратегии управления сетевым взаимодействием организации на основе оценки социального капитала

Развитие сети (стратегия (1)) предполагает вложения в социальный капитал и приоритет партнеров по сети в новых транзакциях.

Комбинированная стратегия (2) направлена на поддержание сети как гаранта стабильности на случай шоков и стагнации на рынке и предполагает развитие отдельных компонентов социального капитала в зависимости от их влияния на результаты деятельности организации. Одновременно с этим организации требуется установление связей с новыми контрагентами.

В случае приоритета рыночных механизмов отбора бизнес-связей (стратегия (3)) необходимо сравнение цен и качественных параметров

услуг/товаров при отборе поставщиков, отказ от привилегий постоянным клиентам (скидки, первоочередное обслуживание и т. п.).

Предложенный методический подход к управлению сетевым взаимодействием организации на основе оценки компонентов социального капитала является унифицированным, а значит, применимым для организаций любых типов и видов деятельности.

Публикации по теме диссертации

Статьи в журналах, включенных в международные реферативные базы данных

1. Orekhova, S. Social capital in the system of corporate sustainability / S. Orekhova, **V. Zarutskaya**, Yu. Bausova. – DOI 10.1051/e3sconf/2020-20807004 // E3S Web of Conferences. – 2020. – Vol. 208. – Art. 07004. – 0,8/0,3 п. л.

2. Орехова, С. В. Эмпирическое исследование сетевого взаимодействия на рынке / С. В. Орехова, **В. С. Заруцкая**, Е. В. Кислицын. – DOI 10.29141/2218-5003-2021-12-1-3 // Управленец. – 2021. – № 1. – С. 32–46. – 1,9/0,6 п. л.

Статьи в изданиях, входящих в Перечень ведущих рецензируемых научных изданий ВАК РФ

3. Орехова, С. В. Интеграция бизнеса: эволюция подходов и новая методология / С. В. Орехова, **В. С. Заруцкая**. – DOI 10.31063/2073-6517/2019.16-3.21 // Журнал экономической теории. – 2019. – Т. 16, № 3. – С. 554–574. – 2,6/1,3 п. л.

4. **Заруцкая, В. С.** Развитие туристического рынка России: проблемы и потенциал / В. С. Заруцкая. – DOI 10.25136/2409-8647.2021.1.35256 // Теоретическая и прикладная экономика. – 2021. – № 1. – С. 21–38. – URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=35256 (дата обращения: 28.12.2021). – 2,3 п. л.

5. **Заруцкая, В. С.** Управление сетевым взаимодействием организации на основе затратно-стоимостного подхода / В. С. Заруцкая, С. В. Орехова. – DOI 10.25136/2409-7802.2021.4.36627 // Финансы и управление. – 2021. – № 4. – С. 1–20. – URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=36627 (дата обращения: 28.12.2021). – 2,5/1,3 п. л.

6. Орехова, С. В. Социальный капитал и результаты деятельности организации: пример рынка туристских услуг / С. В. Орехова, **В. С. Заруцкая**. – DOI 10.17835/2076-6297.2021.13.4.025-039 // Журнал институциональных исследований. – 2021. – Т. 13, № 4. – С. 25–39. – 1,9/0,9 п. л.

Прочие публикации

7. **Заруцкая, В. С.** Эволюция подходов к формированию интеграционных объединений бизнеса / В. С. Заруцкая, С. В. Орехова // Менеджмент и предпринимательство в парадигме устойчивого развития (MESDP-2018) : материалы I Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 24 мая 2018 г.). – Екатеринбург : УрГЭУ, 2018. – С. 93–97. – 0,3/0,2 п. л.

8. **Заруцкая, В. С.** Сетевые бизнес-модели на российском рынке выездного туризма / В. С. Заруцкая, С. В. Орехова // Актуальные проблемы развития корпоративного управления и бизнеса : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 15 ноября 2018 г.) – Екатеринбург : УрГЭУ, 2019. – С. 124–129. – 0,4/0,2 п. л.

9. **Заруцкая, В. С.** Исследование социального капитала в условиях развития платформенной экономики / В. С. Заруцкая, С. В. Орехова // Экономика и финансы в технологическом развитии России : материалы Всерос. науч.-практ. конф., посвященной 100-летию со дня рождения Б. Н. Христенко (Челябинск, 27–29 мая 2019 г.). – Челябинск : ЮУрГУ, 2019. – С. 75–81. – 0,4/0,2 п. л.

10. **Заруцкая, В. С.** Идентификация социального капитала в сетевой бизнес-модели / В. С. Заруцкая, Т. И. Арбенина // Корпоративное управление и новые бизнес-модели: поиск механизмов согласованного развития : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 30 октября 2019 г.). – Екатеринбург : УрГЭУ, 2020. – С. 45–49. – 0,3/0,2 п. л.

11. **Заруцкая, В. С.** Интеграция и конкурентные преимущества предприятия / В. С. Заруцкая // Стратегические приоритеты и драйверы развития предприятия : сб. науч. ст., приуроченный к 50-летию кафедры экономики предприятий УрГЭУ. – Екатеринбург : УрГЭУ, 2019. – С. 79–92. – 0,9 п. л.

12. **Заруцкая, В. С.** Концептуальная основа социального капитала в сетях организаций / В. С. Заруцкая // Менеджмент и предпринимательство в парадигме устойчивого развития (MESDP-2020) : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 28 мая 2020 г.). – Екатеринбург : УрГЭУ, 2020. – С. 67–70. – 0,3 п. л.

13. **Заруцкая, В. С.** Трансформация бизнес-моделей в сфере туризма / В. С. Заруцкая // Трансформация моделей корпоративного управления в новых экономических реалиях : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 20 ноября 2020 г.). – Екатеринбург : УрГЭУ, 2020. – С. 111–115. – 0,3 п. л.

14. **Заруцкая, В. С.** Социальный капитал как фактор конкурентоспособности организации / В. С. Заруцкая // Конкурентоспособность территорий : материалы XXIV Всерос. экон. форума молодых ученых и студентов (Екатеринбург, 27–30 апреля 2021 г.) : в 4 ч. – Екатеринбург : УрГЭУ, 2021. – Ч. 1. – С. 147–149. – 0,2 п. л.

15. **Заруцкая, В. С.** Применение элементов социального капитала туристскими организациями Свердловской области / В. С. Заруцкая, С. В. Орехова // Конкурентоспособность и развитие социально-экономиче-

ских систем : сб. аннот. докл. 5-й Междунар. науч. конф. памяти акад. А. И. Татаркина (Челябинск, 16–18 ноября 2021 г.). – Челябинск : ЧГУ, 2021. – С. 31–32. – 0,2/0,1 п. л.

Разделы в монографиях

16. Орехова, С. В. Социальный капитал в предпринимательских сетях: содержательный фундамент и методы оценки / С. В. Орехова, **В. С. Заруцкая** // Развитие предпринимательства: новые вызовы экономики / под науч. ред. Е. А. Разумовской. – Екатеринбург : УрГЭУ, 2020. – С. 169–182. – 0,9/0,4 п. л.

Содержание диссертационной работы

Введение

- 1 Теоретические аспекты управления сетевым взаимодействием организации
 - 1.1 Эволюция теоретико-методологических подходов к изучению интеграционных образований
 - 1.2 Содержательный фундамент и методы управления сетевым взаимодействием организации
 - 1.3 Социальный капитал в управлении сетевым взаимодействием организации
 Выводы по главе 1
- 2 Методическое обеспечение оценки сетевого взаимодействия организации
 - 2.1 Разработка методического инструментария оценки сетевого взаимодействия организации
 - 2.2 Исследование специфики и детерминант сетевизации на примере туристского рынка Российской Федерации
 - 2.3 Эмпирический анализ сетевого взаимодействия организаций на примере российского туристского рынка Российской Федерации
 Выводы по главе 2
- 3 Управление сетевым взаимодействием организации на основе оценки компонентов социального капитала
 - 3.1 Практики оценки влияния социального капитала на показатели деятельности организации
 - 3.2 Модель влияния компонентов социального капитала на результаты деятельности организаций
 - 3.3 Алгоритм управления сетевым взаимодействием организации на основе оценки социального капитала затратно-стоимостным методом
 Выводы по главе 3

Заключение

Список литературы

Приложения

Подписано в печать 17.01.2022.
Формат 60 × 84 ¹/₁₆. Гарнитура Таймс. Бумага офсетная. Печать плоская.
Уч.-изд. л. 1,5. Тираж 150 экз. Заказ

Отпечатано с готового оригинал-макета в подразделении оперативной полиграфии
Уральского государственного экономического университета
620144, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45