

УДК 330.1  
<http://doi.org/10.35854/1998-1627-2024-2-142-148>

## Управление международной компанией: направления и принципы корпоративной социальной политики

Олег Григорьевич Смешко<sup>1</sup>, Владимир Николаевич Самотуга<sup>2</sup>✉

<sup>1, 2</sup> Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, Санкт-Петербург, Россия

<sup>2</sup> Северо-Западный институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Санкт-Петербург, Россия

<sup>1</sup> [o.smeshko@spbacu.ru](mailto:o.smeshko@spbacu.ru)

<sup>2</sup> [Samotuga\\_serduk@mail.ru](mailto:Samotuga_serduk@mail.ru)✉

### Аннотация

**Цель.** Выявить основные направления и особенности становления, развития современной корпоративной социальной политики (КСП) ведущих международных компаний.

**Задачи.** Охарактеризовать приоритетные направления и принципы КСП по управлению международной компанией; определить принципы корпоративной социальной ответственности международной организации.

**Методология.** Авторами использованы эмпирические и аналитические методы исследования, проведен анализ эффективности КСП, уровня развития внутрифирменных трудовых отношений на примере деятельности компании Apple.

**Результаты.** Социальная политика международной фирмы является важным компонентом ее бизнес-стратегии, что позволяет ей укреплять репутацию и повышать конкурентоспособность на мировом рынке. Внутрифирменные трудовые отношения — один из важных элементов социальной политики компании ведущих международных корпораций. Они стремятся создать условия для максимального развития потенциала сотрудников, обеспечивая им равные возможности и справедливое вознаграждение за труд.

**Выводы.** Инициативы КСП превратились сегодня из добровольного выбора отдельных компаний в комплексные стратегии, обязательные правила на региональном, национальном и международном уровнях. Многие международные компании предпочитают выходить за рамки юридических требований и внедряют идею «делать добро» в свои бизнес-модели развития.

**Ключевые слова:** управление организацией, корпоративная социальная политика, международная компания, корпоративная социальная ответственность, корпоративное волонтерство, внутрифирменные трудовые отношения

**Для цитирования:** Смешко О. Г., Самотуга В. Н. Управление международной компанией: направления и принципы корпоративной социальной политики // *Экономика и управление*. 2024. Т. 30. № 2. С. 142–148. <http://doi.org/10.35854/1998-1627-2024-2-142-148>

# Management of an international company: Directions and principles of corporate social policy

Oleg G. Smeshko<sup>1</sup>, Vladimir N. Samotuga<sup>2</sup>✉

<sup>1, 2</sup> St. Petersburg University of Management Technologies and Economics, St. Petersburg, Russia

<sup>2</sup> North-Western Institute of Management — branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, St. Petersburg, Russia

<sup>1</sup> o.smeshko@spbacu.ru

<sup>2</sup> Samotuga\_serduk@mail.ru✉

## Abstract

**Aim.** To identify the main directions and peculiarities of formation, development of modern corporate social policy (CSP) of leading international companies.

**Objectives.** To characterize the priority directions and principles of CSR on management of an international company; to define the principles of corporate social responsibility of an international organization.

**Methods.** The authors used empirical and analytical methods of research, analyzed the effectiveness of CSR, the level of development of intra-company labor relations on the example of the activities of Apple.

**Results.** The social policy of an international firm is an important component of its business strategy, which allows it to strengthen its reputation and increase competitiveness in the global market. Intra-firm labor relations are one of the important elements of the social policy of the company of leading international corporations. They strive to create conditions for the maximum development of employees' potential, providing them with equal opportunities and fair remuneration for labor.

**Conclusions.** CSR initiatives have evolved today from a voluntary choice of individual companies into comprehensive strategies, mandatory rules at regional, national and international levels. Many international companies prefer to go beyond legal requirements and incorporate the idea of “doing good” into their business development models.

**Keywords:** organization management, corporate social policy, international company, corporate social responsibility, corporate volunteering, intra-company labor relations

**For citation:** Smeshko O.G., Samotuga V.N. Management of an international company: Directions and principles of corporate social policy. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management*. 2024;30(2):142-148. (In Russ.). <http://doi.org/10.35854/1998-1627-2024-2-142-148>

Устойчивое развитие компании, основанное не только на экономических, но и на социальных факторах, как показывает международная практика, ведет к снижению предпринимательских рисков, укрепляет конкурентоспособность, повышает эффективность персонала и лояльность потребителей, улучшает репутацию компании, создает позитивный вклад компании в экономическое и социальное развитие территории присутствия. Это означает, что национальные приоритеты развития общества и задачи эффективного ведения бизнеса стратегически не только совместимы, но и тесно связаны друг с другом.

Актуальность исследования обусловлена тем, что национальные экономики сегодня слишком переплетены и взаимозависимы, самые насущные проблемы человечества все чаще становятся трансграничными. Воз-

можности отдельных правительств решать эти вопросы в одиночку ограничены, и все большее внимание уделено роли, которую должен играть международный бизнес. Российские компании в новых условиях находятся в процессе осознания необходимости разработки, внедрения и развития корпоративной социальной ответственности (КСО) в продвижении бизнеса.

Корпоративная социальная политика (КСП) — механизм, с помощью которого российские и международные компании придерживаются ряда правовых, этических, социальных и экологических стандартов. Это форма саморегулирования бизнеса, которая развивалась наряду с повышением осведомленности общественности об этических и экологических проблемах. Характеризуя подходы к определению КСП, следует

указать, что в российских исследованиях нет однозначной трактовки этого понятия. Большинство исследователей связывают социальную политику организации с направленностью социальных расходов и структурой трудовых издержек относительно основных компонентов оплаты труда в виде заработной платы и социальных выплат.

Например, Е. Островская рассматривает социальную политику в рамках социально ответственного бизнеса через «вложения и мероприятия компаний по социальному развитию собственного персонала, а также благотворительные проекты местного и федерального значения для нуждающихся слоев населения, а также в различных областях образования, культуры, спорта» [1, с. 103]. Ф. Бурджалов характеризует социальную политику предприятия через социальную активность, которая отражена «...на переменах в структуре трудовых издержек. Последние касаются соотношения основных компонентов оплаты труда в виде собственно заработной платы и социальных выплат» [2].

Хотя определения КСО различны, обычно под ней понимают механизм, с помощью которого компании берут на себя ответственность за последствия решений и действий, придерживаясь набора этических, социальных и экологических стандартов, с целью содействия здоровью, благополучию и устойчивому развитию общества. Этот термин предложен в 1950-х гг., хотя реальный импульс пришел позднее, после ряда техногенных катастроф, таких как разлив нефти в Санта-Барбаре в 1969 г. Последние привели к снижению доверия общества к бизнесу и вылились в массовые общественные протесты. Кульминацией этого стал первый День Земли в 1970 г. Указанное событие стимулировало принятие множества новых экологических норм в США, а также создание ряда предприятий, основанных на нормах КСО.

В 90-е гг. прошлого века КСО начала набирать обороты на международном уровне. В этом десятилетии произошли важные международные события, такие как саммит Организации Объединенных Наций (ООН) по окружающей среде и развитию, подписание Киотского протокола об изменении климата, которые в том числе повысили ожидания в отношении корпоративного поведения [3, с. 81]. Кроме того, это был период быстрой экономической глобализации, и по мере выхода компаний на международный уровень они сталкивались с нерав-

номерностью нормативно-правовой базы, а также увеличивали глобальную известность и репутационные риски.

КСО — это вид саморегулирования бизнеса, имеющий целью социальную подотчетность и оказание положительного влияния на общество. Некоторые способы, с помощью которых компания может внедрить КСО, включают в себя экологичность и заботу об окружающей среде; содействие равенству, разнообразию и инклюзивности на рабочем месте; уважительное отношение к сотрудникам; отдачу обществу; обеспечение этичности деловых решений.

КСО превратилась из добровольного выбора отдельных компаний в обязательное регулирование на региональном, национальном и международном уровнях. Однако многие компании предпочитают выходить за рамки требований законодательства и внедрять идею «делать добро» в свои бизнес-модели. Не существует единственного способа, которым компания могла бы внедрить КСО, но одно обстоятельство становится очевидным: чтобы ее воспринимали как подлинную, методы компании должны быть интегрированы в ее культуру и бизнес-операции. В сегодняшней социально сознательной среде сотрудники и клиенты отдадут предпочтение работе и трате денег на предприятия, которые отдадут приоритет КСО. Они могут обнаружить корпоративное лицемерие.

Чтобы обеспечить подлинность КСО, компания должна рассмотреть свои ценности, бизнес-миссию и основные проблемы, определить, какие инициативы в большей степени соответствуют целям и культуре бизнеса. Компания может сделать это самостоятельно или нанять третью сторону для проведения оценки. Международная организация по стандартизации определила ряд главных принципов КСО [4]:

- подотчетность — организация несет ответственность за последствия своих действий для общества и окружающей среды (например, при осуществлении социально и экологически сознательных инвестиций);
- прозрачность — прозрачная компания предлагает информацию, чтобы заинтересованные стороны могли понять важные для них проблемы (например, публикация ежегодного отчета о КСО для информирования заинтересованных сторон о целях компании и прогрессе в их достижении);
- этическое поведение — справедливое отношение ко всем заинтересованным сто-

ронам, включая руководство, инвесторов, сотрудников, поставщиков и клиентов. Речь идет о том, как организации демонстрируют этическое поведение;

- уважение интересов заинтересованных сторон. Владельцы, поставщики, потребители — вот несколько примеров заинтересованных сторон, чьи права и интересы необходимо учитывать;
- уважение к верховенству закона — организация должна соблюдать все применимые законы и правила (например, следование экологическим законам и правилам);
- уважение прав человека — организация должна устранять негативные последствия, которые она вызывает, и следить за тем, чтобы они не нарушали права других.

КСП — широкий термин, который может принимать разные направления и формы. Рассмотрим подробнее три категории, которые чаще всего выступают в виде направлений КСП.

1. Охрана окружающей среды. Цели компании в области экологической КСП, как правило, наиболее известны из-за освещения в СМИ и высокого интереса потребителей. Устойчивое развитие — актуальная тема, и потребители ожидают, что компании предпримут шаги для решения проблемы воздействия на окружающую среду на планете.

Экологические цели обычно связаны с низкими выбросами компании, усилиями по переработке отходов и сокращению их объемов. Общие цели включают в себя достижение «экономики замкнутого цикла», если материалы повторно используют или перерабатывают с целью устранения отходов, и достижение «углеродно-нейтрального уровня», то есть сокращение или устранение выбросов для компенсации углеродного следа компании.

Приведем примеры целей экологической КСП. Microsoft заявляет о желании стать «углеродно-отрицательной» к 2030 г. [5]; Unilever планирует к 2025 г. обеспечить, чтобы 100 % пластиковой упаковки можно было использовать повторно, перерабатывать или компостировать [6]; Danone заявляет о внедрении углеродных решений и достижении углеродной нейтральности к 2050 г. [7].

2. Социальные права и права человека. Социальные цели КСП связаны с тем, как относятся к работникам, участвующим в создании продукта, от первоисточника до конечного продукта. Это могут быть во-

просы о справедливой заработной плате, справедливом обращении (например, надлежащие условия труда, ограниченное рабочее время) и безопасных помещениях, а также более широкие вопросы (принудительный труд, современное рабство и детский труд).

Некоторые отрасли тесно связаны с социальными вопросами и вопросами прав человека. Например, детский труд распространен в цепочках поставок какао, кофе, хлопка и золота. Многие страны, в частности Австралия, Великобритания, Франция, ввели правила относительно современного рабства и прав человека.

Перечислим примеры социальных целей КСП. Так, AB InBev заявляет о том, что 100 % «непосредственных» фермеров будут квалифицированными, связанными и финансово обеспеченными; Барри Каллебаут утверждает, что следует стремиться к тому, чтобы искоренить детский труд в цепочке поставок [8]; Adidas считает, что следует расширить возможности работников цепочки поставок, расширяя и совершенствуя системы рассмотрения жалоб и программы обучения навыкам [9].

3. Цепочка поставок и источники. Цели цепочки поставок или поиска источников КСП сосредоточены на обеспечении прозрачности и отслеживаемости цепочек поставок. Для предприятий это означает знание того, кто их поставщики, где они находятся, откуда поступает их сырье и как оно получено. Такие инициативы часто включают в себя публикацию списков поставщиков, достижение определенного процента материалов, полученных из ответственных источников, или даже достижение более широких целей прозрачности и отслеживаемости для критически важных цепочек поставок.

Укажем далее примеры целей КСП, связанных с цепочками поставок и снабжением. Mars планирует к 2025 г. по всей цепочке поставок использовать ответственных поставщиков какао [10]; Tapestry Inc к 2025 г. поставил задачу обеспечить на 95 % отслеживаемость и картирование сырья; Campbell's заявляет о необходимости добиться 100 % прослеживаемости приоритетного сырья до страны происхождения.

Таким образом, КСП представляет собой форму саморегулирования, которая отражает ответственность бизнеса и его приверженность делу содействия благополучию сообществ и общества посредством различных экологических и социальных мер.

Рассмотрим в качестве примера социальную политику международной фирмы Apple. Она включает в себя комплекс мер, направленных на улучшение условий труда и жизни работников, защиту прав и интересов социальных групп, а также на участие в решении социальных проблем в регионах, в которых компания осуществляет деятельность. Выделим особенности социальной политики международной фирмы на примере деятельности компании Apple.

1. Глобальный характер. Международная фирма действует в различных странах, учитывая культурные и социальные особенности каждой из них. Она стремится создать единый стандарт социальной политики, который будет учитывать местные законодательные акты и международные стандарты.

2. Учет интересов всех заинтересованных сторон. Международная фирма учитывает интересы всех заинтересованных сторон: работников, партнеров, инвесторов, государственных органов и общественности.

3. Социальная ответственность. Международная компания стремится к минимизации негативного влияния на окружающую среду и общество, несет ответственность за социальные последствия своей деятельности.

4. Решение социальных проблем. Международная фирма активно участвует в решении социальных проблем, связанных с экологическими проблемами, бедностью, безработицей, образованием, здравоохранением.

5. Внутрифирменные трудовые отношения. Они являются одним из значимых элементов социальной политики компании Apple. Компания стремится создать условия для максимального развития потенциала сотрудников, обеспечивая им равные возможности и справедливое вознаграждение за труд.

6. Корпоративное волонтерство Apple — неотъемлемая часть социальной ответственности компании Apple. Компания активно поддерживает различные благотворительные и общественные организации, осуществляет собственные программы помощи и поддержки. Корпоративное волонтерство Apple — программа, которая позволяет сотрудникам компании участвовать в различных благотворительных и социальных проектах. Эта программа запущена в 2011 г. и с тех пор стала важной частью культуры компании.

Более миллиона человек работают на предприятиях-поставщиках Apple, и поэтому деятельность компании имеет большое значение для общества. В 2011 г. Тим Кук

возглавил Apple, и внимание к КСО значительно возросло. Тим Кук является членом Совета генеральных директоров Института Полсона по устойчивой урбанизации, работая с другими руководителями ведущих китайских и западных компаний над продвижением устойчивого развития в Китае.

Apple поддерживает местные сообщества (в Орегоне, США), сотрудничает с Bluestone Natural Farms, чтобы превратить компостируемые материалы, произведенные на месте, в органический материал для использования на фермах; компания запустила солнечный проект мощностью 100 кВт на крыше учебного заведения для детей из неблагополучных семей на Филиппинах; компания добавила солнечную энергосистему мощностью 50 кВт и аккумулятор на 260 кВт.ч для обеспечения чистой электроэнергией автономных рыбацких сообществ в Таиланде [11].

Apple обучает и расширяет возможности сотрудников: с 2008 г. многонациональная технологическая компания провела курсы обучения примерно для четырех миллионов человек; она имеет конкурентоспособную практику поощрения сотрудников (например, будущие матери могут взять до четырех недель до родов и до 14 недель после родов, в то время как отцы и другие лица имеют право на то, чтобы получить до шести недель отпуска по уходу за ребенком; с 2008 г. поставщики Apple выплатили 32,2 млн долл. США за набор своих 36 599 сотрудников.

Интерес представляет вопрос о трудовых отношениях и правах человека в Apple. Фирма применяет Кодекс поведения поставщиков, который считается самым строгим в электронной промышленности. Обучила более 19,4 миллиона сотрудников своих поставщиков их правам с 2008 г.; в 2018 г. Apple исключила пять поставщиков полезных ископаемых из своей цепочки поставок за то, что они не прошли или не захотели участвовать в проверках соблюдения прав человека [11]; компания опросила более 52 000 сотрудников поставщиков об их опыте работы.

Относительно сокращения количества отходов и их переработки Apple укажем, что фирма предлагает программы утилизации в 99 % стран, в которых она работает. С 2008 г. компания перевела на свалки более 508 млн фунтов электронных отходов. В 2019 г. количество площадок поставщиков, приверженных достижению нулевых отходов, увеличилось на 53 [12].

Волонтерские проекты — неотъемлемая составляющая КСО ведущих международных компаний. Многие компании поддерживают сотрудников в их стремлении помогать обществу и участвовать в благотворительных проектах. Речь идет не только о помощи людям, но и об укреплении связи между компанией и ее сотрудниками. Реализация КСО помогает компаниям улучшить имидж, привлечь клиентов и талантливых сотрудников, повысить конкурентоспособность, внести вклад в развитие общества и защитить окружающую среду.

Подводя общий итог, укажем, что одним из главных принципов КСО является принцип устойчивого развития. Он подразумевает

ет, что компании должны действовать таким образом, чтобы удовлетворять сегодня потребности живущего поколения, не ставить под угрозу способность будущих поколений удовлетворять собственные потребности [13].

Корпоративная социальная политика — это концепция, которая подразумевает, что ведущие международные компании должны не только приносить прибыль акционерам, но и учитывать интересы мирового сообщества в целом. Она включает в себя множество различных практик и инициатив, направленных на улучшение качества жизни людей, защиту окружающей среды и борьбу с глобальными социальными проблемами.

### Список источников

1. *Островская Е. А.* Корпоративная социальная политика: развитие в России в новых экономических условиях // Государственно-частное партнерство. 2017. Т. 4. № 2. С. 103–110. DOI: 10.18334/ppp.4.2.38145
2. *Бурджалов Ф.* Социальная сфера предприятия: корпоративный вариант // Труд за рубежом. 2004. № 1. С. 95–112.
3. *Абулханова Г. А.* Корпоративная социальная политика: современный способ ведения бизнеса // Наука Красноярья. 2021. Т. 10. № 4. С. 81–91. DOI: 10.12731/2070-7568-2021-10-4-81-91
4. The ISO 26000 framework // ISO 26000 Stakeholders Global Network. URL: <https://iso26000sgn.org/iso-26000/about-iso26000/the-iso-26000-framework/> (дата обращения: 20.09.2023).
5. Microsoft will be carbon negative by 2030 // Microsoft. January 16. 2020. URL: <https://blogs.microsoft.com/blog/2020/01/16/microsoft-will-be-carbon-negative-by-2030/> (дата обращения: 20.09.2023).
6. Planet & society // Unilever. URL: <https://www.unilever.com/sustainable-living/reducing-environmental-impact/waste-and-packaging/rethinking-plastic-packaging/> (дата обращения: 20.09.2023).
7. Newsroom // Danone. URL: <https://www.danone.com/about-danone/sustainable-value-creation/our-company-goals.html> (дата обращения: 28.09.2023).
8. Eradicating child labor. 2018/19 // Barry Callebaut. URL: <https://www.barry-callebaut.com/en/group/forever-chocolate/sustainability-reporting/forever-chocolate-progress-report-2018-19/forever-chocolate-zero-child-labor> (дата обращения: 28.09.2023).
9. Sustainability. Our targets: Our ambition is to become a more sustainable company // Adidas. URL: <https://www.adidas-group.com/en/sustainability/managing-sustainability/general-approach/#/people-priorities-for-2020/> (дата обращения: 28.09.2023).
10. Cocoa and forests action plan // Mars. URL: <https://www.mars.com/about/policies-and-practices/cocoa-and-forests-policy> (дата обращения: 28.09.2023).
11. How serious is Apple about CSR? // Escuela de Organización Industrial (EOI). URL: <https://www.eoi.es/blogs/marieglueck/2012/05/07/how-serious-is-apple-about-csr/> (дата обращения: 28.09.2023).
12. Supplier responsibility // Apple. URL: <https://www.apple.com/supplier-responsibility/> (дата обращения: 28.09.2023).
13. *Самотуга В. Н., Доркаев К. С.* Управление корпоративной социальной политикой международной компании // Социология управления: актуальные вопросы современности: сб. науч. тр. по итогам III Междунар. науч.-практ. конф. (г. Санкт-Петербург, 12–13 октября 2023 г.). СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики, 2023. С. 13–18.

### References

1. Ostrovskaya E.A. Corporate social responsibility: Development in Russia in the new economic conditions. *Gosudarstvenno-chastnoe partnerstvo = Journal of Public-Private Partnership*. 2017;4(2):103-110. (In Russ.). DOI: 10.18334/ppp.4.2.38145
2. Burdzhhalov F. Social sphere of the enterprise: Corporate version. *Trud za rubezhom*. 2004;(1):95-112. (In Russ.).
3. Abulkhanova G.A. Corporate social responsibility: A modern way of doing business. *Nauka Krasnoyar'ya = Krasnoyarsk Science*. 2021;10(4):81-91. (In Russ.). DOI: 10.12731/2070-7568-2021-10-4-81-91

4. The ISO 26000 framework. ISO 26000 Stakeholders Global Network. URL: <https://iso26000sgn.org/iso-26000/about-iso26000/the-iso-26000-framework/> (accessed on 20.09.2023).
5. Microsoft will be carbon negative by 2030. Microsoft. Jan. 16. 2020. URL: <https://blogs.microsoft.com/blog/2020/01/16/microsoft-will-be-carbon-negative-by-2030/> (accessed on 20.09.2023).
6. Planet & society. Unilever. URL: <https://www.unilever.com/sustainable-living/reducing-environmental-impact/waste-and-packaging/rethinking-plastic-packaging/> (accessed on 20.09.2023).
7. Newsroom. Danone. URL: <https://www.danone.com/about-danone/sustainable-value-creation/our-company-goals.html> (accessed on 28.09.2023).
8. Eradicating child labor. 2018/19. Barry Callebaut. URL: <https://www.barry-callebaut.com/en/group/forever-chocolate/sustainability-reporting/forever-chocolate-progress-report-2018-19/forever-chocolate-zero-child-labor> (accessed on 28.09.2023).
9. Sustainability. Our targets: Our ambition is to become a more sustainable company. Adidas. URL: <https://www.adidas-group.com/en/sustainability/managing-sustainability/general-approach/#/people-priorities-for-2020/> (accessed on 28.09.2023).
10. Cocoa and forests action plan. Mars. URL: <https://www.mars.com/about/policies-and-practices/cocoa-and-forests-policy> (accessed on 28.09.2023).
11. How serious is Apple about CSR? Escuela de Organización Industrial (EOI). URL: <https://www.eoi.es/blogs/marieglueck/2012/05/07/how-serious-is-apple-about-csr/> (accessed on 28.09.2023 28.09.2023).
12. Supplier responsibility. Apple. URL: <https://www.apple.com/supplier-responsibility/> (accessed on 28.09.2023).
13. Samotuga V.N., Dorkaev K.S. Management of corporate social policy of an international company. In: Sociology of management: Current issues of our time. Proc. 3<sup>rd</sup> Int. sci.-pract. conf. (St. Petersburg, October 12-13, 2023). St. Petersburg: St. Petersburg University of Management Technologies and Economics; 2023:13-18. (In Russ.).

### Сведения об авторах

#### Олег Григорьевич Смешко

доктор экономических наук, доцент, ректор  
Санкт-Петербургский университет технологий  
управления и экономики  
190020, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр.,  
д. 44а

#### Владимир Николаевич Самотуга

кандидат исторических наук, доцент,  
доцент кафедры управления  
социально-экономическими системами<sup>1</sup>,  
доцент кафедры экономики<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Санкт-Петербургский университет технологий  
управления и экономики

190020, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр.,  
д. 44а

<sup>2</sup> Северо-Западный институт управления —  
филиал Российской академии народного  
хозяйства и государственной службы  
при Президенте РФ

199178, Санкт-Петербург, Средний пр. В.О.,  
д. 57/43

Поступила в редакцию 22.01.2024  
Прошла рецензирование 15.02.2024  
Подписана в печать 22.02.2024

### Information about the authors

#### Oleg G. Smeshko

D.Sc. in Economics, Associate Professor, rector  
St. Petersburg University of Management  
Technologies and Economics  
44A Lermontovskiy Ave., St. Petersburg 190020,  
Russia

#### Vladimir N. Samotuga

PhD in Economics, Associate Professor,  
Associate Professor at the Department  
of Socio-Economic Systems Management<sup>1</sup>,  
Associate Professor at the Department of Economics<sup>2</sup>

<sup>1</sup> St. Petersburg University of Management  
Technologies and Economics

44A Lermontovskiy Ave., St. Petersburg 190020,  
Russia

<sup>2</sup> North-Western Institute of Management —  
branch of the Russian Academy of National  
Economy and Public Administration  
under the President of the Russian Federation

57/43 Sredniy Ave. V.O., St. Petersburg 199178,  
Russia

Received 22.01.2024  
Revised 15.02.2024  
Accepted 22.02.2024

**Конфликт интересов:** авторы декларируют отсутствие конфликта интересов,  
связанных с публикацией данной статьи.

**Conflict of interest:** the authors declare no conflict of interest  
related to the publication of this article.