

Сергеева Яна Владимировна

Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики

Стефанова Наталья Александровна

Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики

Феномен сотворчества в российском контексте

Аннотация. Сотворчество – это совместное создание ценности с участием заинтересованных сторон. Российскому бизнесу оно необходимо для инноваций, улучшения качества продуктов, повышения лояльности клиентов, снижения рисков, укрепления бренда и быстрой адаптации к изменениям в условиях VUCA-мира. В рамках изучения необходимо рассмотреть:

- сущность понятия сотворчества. Что такое сотворчество и чем оно отличается от традиционных форм сотрудничества, основные принципы сотворчества;
- преимущества сотворчества для российского бизнеса: инновации и генерация новых идей, снижение рисков и затрат, адаптация к быстро меняющимся рыночным условиям;
- примеры сотворчества в российском бизнесе, в том числе с выводом об эффективности его применения;
- как внедрить сотворчество в российский бизнес: создание культуры открытости и сотрудничества, использование цифровых платформ и инструментов;
- вызовы и препятствия на пути внедрения сотворчества: культурные особенности российского бизнеса, недостаток опыта и знаний;
- перспективы развития сотворчества в России: роль государства и образовательных учреждений, значение сотворчества для инновационного развития страны.

Актуальность сотворчества для российского бизнеса обусловлена необходимостью внедрения управленческих инноваций в условиях жесткой конкуренции и быстро меняющегося рынка. Сотворчество позволяет лучше понимать потребности клиентов, повышать качество продуктов и услуг, снижать риски и укреплять бренд. Цифровая трансформация и развитие экосистем делают сотворчество ключевым фактором конкурентоспособности и адаптации к изменениям. В условиях быстро меняющегося мира и технологического прогресса, Россия нуждается в инновациях и новых подходах в различных сферах, от бизнеса и науки до культуры и образования. Сотворчество, как метод генерации идей и решения проблем, становится все более востребованным.

Ключевые слова: сотворчество, российский бизнес, управленческие инновации, цифровизация, цифровая трансформация.

Sergeeva Yana Vladimirovna

Povolzhskiy State University of Telecommunications and Informatics

Sergeeva Yana Vladimirovna

Povolzhskiy State University of Telecommunications and Informatics

The phenomenon of co-creation in the Russian context

Annotation. Co-creation is the joint creation of value with the participation of stakeholders. Russian businesses need it to innovate, improve product quality, increase customer loyalty, reduce risks, strengthen their brand, and quickly adapt to changes in the business world. As part of the study, it is necessary to consider:

- the essence of the concept of co-creation. What is co-creation and how it differs from traditional forms of cooperation, the basic principles of co-creation;
- advantages of co-creation for Russian business: innovation and generation of new ideas, reduction of risks and costs, adaptation to rapidly changing market conditions;
- examples of co-creation in Russian business, including the conclusion about the effectiveness of its application;
- how to introduce co-creation into Russian business: creating a culture of openness and cooperation, using digital platforms and tools;
- challenges and obstacles to the introduction of co-creation: cultural peculiarities of Russian business, lack of experience and knowledge;
- prospects for the development of co-creation in Russia: the role of the state and educational institutions, the importance of co-creation for the innovative development of the country.

The relevance of co-creation for Russian business is due to the need to introduce managerial innovations in a highly competitive and rapidly changing market. Co-creation allows you to better understand the needs of customers, improve the quality of products and services, reduce risks and strengthen the brand. Digital transformation and ecosystem development make co-creation a key factor in competitiveness and adaptation to change. In a rapidly changing world and technological progress, Russia needs innovations and new approaches in various fields, from business and science to culture and education. Co-creation, as a method of generating ideas and solving problems, is becoming more and more in demand.

Keywords: economics, socio-economic reality, youth, behavior, economic behavior.

В современном мире наблюдается множество сложных и взаимосвязанных проблем, требующих совместных усилий и междисциплинарного подхода для их решения. Глобальные вызовы, такие как изменение климата, социальное неравенство, экономические кризисы и политические конфликты, ставят под угрозу устойчивое развитие общества и требуют инновационных решений. В этом контексте концепция сотворчества, или коллаборации, становится ключевым аспектом в поиске эффективных методов преодоления существующих проблем.

Сотворчество представляет собой динамичное и многоуровневое явление, которое охватывает процесс совместного создания и совместного участия в разработке идей, продуктов и решений. Это понятие, возникшее на стыке различных дисциплин, таких как психология, социология и дизайн, подразумевает активное вовлечение всех участников в процесс создания, что значительно отличает его от традиционных форм сотрудничества. [1]

Ключевые характеристики сотворчества включают в себя несколько аспектов. Во-первых, это активное взаимодействие участников, при котором они не просто делятся информацией, но и совместно генерируют новые идеи. Это создает уникальную среду, где каждый голос имеет значение, а разнообразие мнений и подходов становится основой для инновационных решений. Во-вторых, сотворчество предполагает наличие открытости и доверия между участниками (что особенно важно в командной работе), что способствует созданию безопасного пространства для обмена мнениями и экспериментирования. [1]

Кроме того, одним из основных принципов сотворчества является принцип равенства. В отличие от традиционных форм сотрудничества, где обычно выделяются лидеры и последователи, в контексте сотворчества каждый участник имеет равные права и возможности для выражения своих идей (это позволяет избежать иерархических барьеров). Такой подход способствует более глубокому вовлечению всех участников в процесс и увеличивает вероятность появления качественно новых решений. [1]

Сотворчество более сложный и многогранный процесс, чем традиционные формы сотрудничества. Оно подразумевает не просто совместную деятельность, а активное взаимодействие участников, при котором каждый из них вносит уникальный вклад. В

отличие от традиционного сотрудничества, где роли часто четко определены, сотворчество требует гибкости и открытости к новым идеям.[1]

Основой сотворчества является принцип ко-креации, который подразумевает совместное создание и развитие идей, продуктов или услуг. Такой подход включает в себя обмен знаниями, опытом и ресурсами, что приводит к более качественным и инновационным результатам. В этом контексте важно отметить, что в сотворчестве каждая сторона рассматривается как равноправный участник процесса, что способствует более глубокому вовлечению и мотивации.

Традиционные формы сотрудничества, напротив, часто имеют иерархическую структуру, где один участник может доминировать над другими. Такой подход может ограничивать творческий потенциал группы, поскольку не всегда учитываются мнения и идеи менее активных участников. Например, в рамках проектной деятельности, где один человек задает направление, а остальные лишь реализуют его идеи, часто теряется уникальность и креативность, которые могли бы возникнуть при более открытом подходе.

Основные принципы сотворчества включают: взаимное уважение, открытость к новым идеям, активное слушание и стремление к совместному обучению. Эти элементы способствуют созданию безопасной и продуктивной атмосферы, в которой участники могут свободно делиться своими мыслями и предложениями. Важно отметить, что эффективное сотворчество требует времени и усилий для установления доверия, что является критически важным аспектом успешного взаимодействия.[2]

В последние годы российские компании начали осознавать преимущества этого подхода, что наглядно демонстрируют успешные примеры его применения. Сотворчество способствует не только генерации новых идей и инноваций, но также снижает риски и затраты, позволяя компаниям адаптироваться к быстро меняющимся рыночным условиям.[2]

Одним из ярких примеров успешного применения сотворчества является проект компании «Сбербанк», которая активно вовлекает своих клиентов в разработку новых финансовых продуктов. С помощью платформы «Сбербанк Онлайн» пользователи могут оставлять отзывы, предлагать идеи и участвовать в голосованиях по поводу новых функций. Данная инициатива не только повышает уровень удовлетворенности клиентов, но и позволяет банку оперативно реагировать на их потребности.[3]

Другим примером является компания «Яндекс», которая активно использует принцип сотворчества в разработке своих сервисов. В частности, команда Яндекс.Такси регулярно проводит хакатоны, на которых разработчики, дизайнеры и даже конечные пользователи могут совместно генерировать идеи для новых функций и улучшений. В результате таких мероприятий были созданы инновационные решения, такие как возможность заказа такси через голосовые команды и интеграция с другими сервисами компании. Данный подход не только способствует быстрому внедрению новых технологий, но также позволяет снизить затраты на разработку, так как идеи формируются непосредственно от пользователей, что исключает необходимость в дорогостоящих исследованиях рынка.[4]

Яндекс стал успешным примером сотворчества. Если рассмотреть деятельность компании до сотворчества, можно увидеть какие улучшения оно принесло. В таблице 1 можно увидеть разницу Яндекса «до» и «после сотворчества».

В период с 1997 по 2010 год, который можно обозначить как время "До сотворчества", компания Яндекс, основанная в 1997 году (от "YetAnotheriNDEXer") и изначально специализировавшаяся на поиске в русскоязычном сегменте интернета, самостоятельно развивала свои сервисы, не полагаясь на широкое "сотворчество" с пользователями, что стало характерно для более поздних этапов развития компании. В 2000-е годы основным направлением деятельности оставалось совершенствование поисковых технологий, параллельно с этим был запущен ряд сервисов, таких как "Яндекс.Почта" (2000) и рекламная система "Яндекс.Директ" (2001). "Яндекс.Карты",

появившиеся в 2004 году, стали важным элементом растущей экосистемы. К 2009 году компания вышла на биржу NASDAQ, с оценкой около 5 миллиардов долларов, что стало важным этапом её развития. Таким образом, в этот период основным фокусом Яндекса были поиск, контекстная реклама и карты, что позволило заложить прочный фундамент для дальнейшего развития.

Ключевыми чертами этого периода являлись узкая специализация на поиске и контекстной рекламе, конкуренция с Google и Mail.ru за долю рынка, а также минимальная интеграция сервисов между собой.

В период с 2010 по 2024 год, характеризующийся "Сотворчеством", Яндекс активно развивал свою экосистему, вовлекая пользователей в создание контента и развитие сервисов, что стало ключевым элементом его стратегии. Важным этапом трансформации стало расширение сфер деятельности компании, включавшее запуск "Яндекс.Такси" (2011), "Яндекс.Музыки" (2010), "Яндекс.Денег" (2012) и приобретение "КиноПоиска" (2013). Компания активно инвестировала в развитие искусственного интеллекта, что привело к созданию голосового помощника "Алиса" (2017). Яндекс вошел в сферу edtech, запустив "Яндекс.Практикум" (2019), и расширил свою деятельность в области логистики с помощью "Яндекс.Лавки" (2019). Значимым событием стал ребрендинг с новым логотипом, где "Я" символизировала всю экосистему. Был создан "Яндекс 360", аналог GoogleWorkspace. Завершением периода стала реструктуризация бизнеса, включавшая уход с NASDAQ и создание "Yandex N.V." (Нидерланды) и "Яндекс LLC" (РФ), что отражало адаптацию компании к меняющимся условиям рынка. В этот период Яндекс стремился к диверсификации бизнеса и активному вовлечению пользователей в развитие своих сервисов, переходя от узкой специализации к созданию широкой экосистемы, охватывающей различные сферы жизни.

Таблица 1

Яндекс до и после сотворчества

Критерий	До	После
Бизнес-модель	Яндекс специализировался только на поиске и рекламе	Яндекс стал экосистемой, в нем более 30-и сервисов
Доля рынка	Яндекс занимал 60% поискового рынка в РФ	Доминирование в такси, доставке, edtech
Конкуренты	Google, Mail.ru	Сбер, VK, Ozon
Технологии	Поисковые алгоритмы	AI(Алиса, беспилотники), облака
Выручка	8,7млрдруб(2009 год)	Рост почти в 125раз: 1,095трлнруб(2024 год)
Пользователи	22,7 млн активных пользователей(2009 год)	91млнактивных пользователей, 39.2 млн подписчиков в Яндекс.Плюсе(2024)

Исходя из таблицы, Яндекс претерпел кардинальные изменения, перейдя от эпохи "до сотворчества" к периоду "Сотворчество". Изначально компания, сфокусированная исключительно на поисковых технологиях и рекламе, занимала значительную долю (60%) поискового рынка России, конкурируя с такими гигантами, как Google и Mail.ru, и опираясь на собственные поисковые алгоритмы. Финансовые показатели того времени демонстрировали выручку в 8,7 млрд рублей (2009 год) при активной аудитории в 22,7 млн пользователей. Переход к модели "Сотворчества" ознаменовался диверсификацией бизнеса и превращением Яндекса в масштабную экосистему, объединяющую более 30 различных сервисов. Компания укрепила свои позиции, заняв лидирующие места в секторах такси, доставки и онлайн-образования, но при этом столкнулась с новыми конкурентами, такими как Сбер, VK и Ozon. В результате выручка компании выросла почти в 125 раз, достигнув 1,095трлн рублей (2024 год), а активная база пользователей значительно увеличилась до 91 млн человек, при этом 39,2 млн стали подписчиками Яндекс.Плюса (2024 год). Таким

образом, сотворчество стало катализатором превращения Яндекса из нишевой поисковой системы в многофункциональную технологическую корпорацию.

На основе успешного опыта Яндекса, можно выделить несколько ключевых рекомендаций для других компаний, стремящихся внедрить подобные практики.

Прежде всего, необходимо установить прочные связи с клиентами. Яндекс активно использует обратную связь для оптимизации своих сервисов. Эффективные механизмы взаимодействия с пользователями позволяют не только понять их потребности, но и вовлечь их в процесс разработки. Важно помнить, что потребитель не является пассивным объектом, а активным участником. Это взаимодействие может принимать форму опросов, тестирования новых функций или даже совместного создания контента. В результате, компании могут адаптировать свои предложения к реальным запросам рынка.

Во-вторых, следует создать культуру открытости внутри организации. Яндекс демонстрирует, как важно делиться информацией и ресурсами между различными командами. Стимулирование кросс-функционального сотрудничества способствует инновациям. Внутренние стартапы и лаборатории, работающие над экспериментальными проектами, могут стать источником свежих идей (например, создание новых алгоритмов для обработки данных). Это, в свою очередь, приводит к повышению конкурентоспособности компании.

Третьим важным аспектом является использование аналитических инструментов для оценки результатов взаимодействия с клиентами. Яндекс активно применяет данные для анализа пользовательского поведения и выявления трендов. Компании, стремящиеся к внедрению сотворчества, должны инвестировать в аналитические технологии. Это позволит не только более точно понимать потребности клиентов, но и предсказывать изменения на рынке. Наличие таких инструментов делает возможным оперативное реагирование на запросы.

Кроме того, компаниям следует обращать внимание на создание сообщества вокруг бренда. Яндекс активно развивает экосистему продуктов, что способствует формированию лояльной аудитории. Создание платформы для обмена опытом между пользователями, например, через форумы или социальные сети, позволяет укрепить связь между компанией и клиентами. Сообщество становится не только источником идей, но и защитником бренда в случае критики.

Наконец, стоит отметить важность экспериментов и готовности к риску. Яндекс регулярно проводит А/В тестирования, что позволяет быстро проверять гипотезы и вносить изменения на основе результатов. Компании, желающие внедрить сотворчество, должны быть готовы к тому, что не все идеи будут успешными. Проведение экспериментов создает пространство для инноваций и позволяет находить нестандартные решения.

В заключение, опыт Яндекса в области сотворчества демонстрирует, что успешная интеграция данного подхода требует комплексного подхода. Установление прочных связей с клиентами, развитие культуры открытости, использование аналитических инструментов, создание сообщества и готовность к экспериментам - все эти элементы способны значительно повысить эффективность бизнеса. Применяя эти рекомендации, компании могут не только улучшить свои продукты и услуги, но и создать устойчивую конкурентоспособность на рынке.

Культурные особенности российского бизнеса оказывают значительное влияние на внедрение концепции сотворчества, что, в свою очередь, создает определенные вызовы и препятствия. В контексте глобализации и стремительного развития технологий, сотворчество (*collaborativecreativity*) стало важным инструментом для повышения инновационной активности компаний. Однако в России, где традиции и культурные нормы бизнеса имеют свои особенности, эта концепция сталкивается с рядом ограничений.[5]

Одной из ключевых культурных особенностей является высокая степень иерархии в организации. В российских компаниях часто наблюдается вертикальная структура управления, где решения принимаются на высшем уровне, а подчиненные выполняют

указания без активного участия в процессе обсуждения. Данная практика затрудняет внедрение сотворчества, так как для успешного совместного творчества необходима открытость и готовность к диалогу на всех уровнях (принципы горизонтального взаимодействия). Когда сотрудники не чувствуют своей значимости и не имеют возможности вносить предложения, это приводит к снижению мотивации и, как следствие, к ограничению креативного потенциала.[5]

Второй аспект, который следует рассмотреть, - это недостаток опыта и знаний в области методов и инструментов сотворчества. Многие российские компании только начинают осваивать практики, связанные с коллективным созданием и инновациями. В условиях неопределенности и нестабильности бизнес-среды, акцент на индивидуальные достижения и краткосрочные результаты преобладает над командной работой и долгосрочными проектами. Поэтому, для успешной интеграции сотворчества необходимо развивать соответствующие навыки и повышать квалификацию сотрудников через обучение и тренинги (например, менторство и семинары).[5]

Культурные стереотипы, существующие в российском обществе, также могут служить препятствием для внедрения сотворчества. Например, традиционное восприятие власти и авторитета может привести к тому, что сотрудники будут опасаться высказывать свои идеи, опасаясь критики или негативной оценки со стороны руководства. Это создает атмосферу, в которой креативные идеи не получают должного внимания и поддержки (что делает необходимым создание безопасной среды для выражения мнений).

Следовательно, для эффективного внедрения концепции сотворчества в российском бизнесе требуется комплексный подход, включающий изменение культурных установок, развитие навыков и создание благоприятной среды для обмена идеями. Применение принципов кооперации и активного слушания может значительно повысить уровень вовлеченности сотрудников и, соответственно, привести к более продуктивным результатам. В этом контексте важно также учитывать, что переход к модели сотворчества требует времени и усилий, а также готовности компаний адаптироваться к новым реалиям и вызовам.[5]

Недостаток опыта и знаний также представляет собой значительное препятствие. Многие компании не обладают достаточным пониманием методов и инструментов, необходимых для успешного внедрения сотворчества. В частности, такая недостаточность знаний касается технологий, позволяющих организовать эффективное взаимодействие между различными подразделениями и заинтересованными сторонами (например, клиентов, поставщиков и партнеров). Без надлежащей подготовки и обучения сотрудников внедрение модели сотворчества может оказаться неэффективным и привести к разочарованию.

Кроме того, необходимо отметить, что российский рынок всё ещё находится на стадии формирования в отношении практик сотворчества. Исследования показывают, что компании, активно внедряющие эту модель, сталкиваются с проблемами в области коммуникации и обмена информацией. На практике это может проявляться в недостаточной открытости между различными отделами, что препятствует обмену знаниями и идеями. В результате компании теряют возможность использовать потенциал сотворчества для повышения своей конкурентоспособности.

Важным аспектом является необходимость создания соответствующей организационной культуры. Для успешного внедрения сотворчества необходимо сформировать атмосферу, в которой ценится мнение каждого сотрудника. Это, в свою очередь, требует от руководства компании не только изменения подходов к управлению, но и активного вовлечения всех уровней персонала в процесс принятия решений. Обучение и развитие сотрудников, направленные на развитие навыков сотрудничества и креативного мышления, становятся ключевыми элементами в этом контексте.

Взаимодействие образовательных учреждений и бизнеса в контексте сотворчества является ключевым аспектом, способствующим инновационному развитию России.

Сотворчество, как форма совместной деятельности, подразумевает активное участие всех заинтересованных сторон в процессе создания новых знаний и технологий. Это взаимодействие не только обогащает образовательные программы, но и способствует формированию новых бизнес-моделей, основанных на совместном решении актуальных задач.

Одной из перспективных моделей сотворчества является создание университетов-инкубаторов, где студенты и преподаватели работают вместе с представителями бизнеса над реальными проектами. В таких условиях студенты получают уникальную возможность применять теоретические знания на практике, а компании, в свою очередь, могут воспользоваться свежими идеями и инновационными подходами, которые вносят молодые специалисты. Это сотрудничество, основанное на принципах открытости и взаимопомощи, становится основой для формирования нового типа экономики, ориентированной на знания.

Следует отметить, что успешное взаимодействие образовательных учреждений и бизнеса требует поддержки со стороны государства. Государственная политика в области образования должна включать механизмы, способствующие интеграции теоретических знаний и практических навыков. Для этого необходимо создание специального фонда, который будет финансировать совместные проекты, а также разработка программ, направленных на повышение квалификации преподавателей. Важным элементом такой политики является и формирование системы грантов, поддерживающих инновационные инициативы, исходящие от университетов.

Анализируя значение сотворчества для инновационного развития страны, нельзя не упомянуть о том, что оно способствует созданию экосистемы, в которой предприниматели, исследователи и студенты могут свободно обмениваться идеями и ресурсами. Эта экосистема становится катализатором для новых стартапов и технологических компаний, что, безусловно, влияет на экономический рост и конкурентоспособность страны на глобальной арене.

Внедрение сотворчества в российский бизнес сталкивается с множеством вызовов, среди которых особое внимание следует уделить культурным и организационным барьерам. Эти барьеры возникают из-за различий в ценностях, нормах и ожиданиях, что делает необходимым разработку стратегий их преодоления.

Прежде всего, для успешного внедрения сотворчества важно формировать открытость и доверие в коллективе. Для этого необходимо проводить регулярные тренинги, направленные на развитие навыков межкультурной коммуникации. Такие мероприятия способствуют не только улучшению взаимопонимания, но и созданию атмосферы, способствующей сотрудничеству. Обучение сотрудников основам культурной компетентности (это способность осознавать и учитывать культурные различия) может значительно снизить уровень конфликта и повысить продуктивность команды.

Кроме того, необходимо учитывать организационные аспекты, влияющие на восприятие сотворчества. Важно адаптировать организационную структуру компании, чтобы она поддерживала кросс-функциональные команды. Это может включать создание гибких рабочих групп, состоящих из представителей различных отделов, что позволит использовать разнообразие знаний и умений, находящихся в распоряжении организации. Параллельно с этим, стоит внедрять системы вознаграждения, которые будут поощрять совместную работу и инновационные идеи.

Ключевым аспектом является также поддержка со стороны руководства. Лидеры должны не только демонстрировать приверженность принципам сотворчества, но и активно участвовать в процессе, подавая пример остальным сотрудникам. Эффективное лидерство в данном контексте включает в себя умение вдохновлять, управлять изменениями и поддерживать инициативность подчинённых. Таким образом, руководство становится не только инициатором изменений, но и их активным участником.

В ходе исследования выявились ключевые аспекты, подчеркивающие актуальность этой темы в контексте современных вызовов и мировых тенденций. Сотворчество, как форма взаимодействия между государством, образовательными учреждениями и обществом, представляет собой мощный инструмент для стимулирования инновационного развития страны. Оно не только способствует более эффективному использованию ресурсов и талантов, но и формирует необходимую культуру сотрудничества, которая является важным фактором в условиях глобальной конкуренции.

Роль государства в этом процессе заключается в создании благоприятной нормативно-правовой базы и поддержки инициатив, направленных на развитие сотворчества. Образовательные учреждения, в свою очередь, должны адаптировать свои программы и методики, чтобы подготовить студентов к активному участию в совместных проектах и инновационных разработках. Подобное сотрудничество может привести к повышению качества образования и подготовке специалистов, способных решать сложные задачи, с которыми сталкивается современное общество.

Значение сотворчества выходит за рамки локальных инициатив и имеет глобальное значение. В условиях быстро меняющегося мира, где проблемы экологии, социального неравенства и технологических изменений требуют совместных усилий, сотворчество становится не просто желательным, а необходимым. Оно открывает новые горизонты для инноваций, способствует устойчивому развитию и создает условия для социальной справедливости.

Таким образом, развитие сотворчества в России - это не только вопрос повышения конкурентоспособности на международной арене, но и стратегический шаг к решению актуальных мировых проблем. Инвестирование в эту область, как со стороны государства, так и со стороны образовательных учреждений, может стать залогом успешного и устойчивого будущего для страны, что делает тему нашей работы особенно важной и актуальной в современном контексте.

Список источников

1. Захаров В.П. Творчество, сотворчество и непрерывное творчество // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Педагогика. — 2019. — № 2. — С. 64-73. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tvorchestvo-sotvorchestvo-i-nepreryvnoe-tvorchestvo> (дата обращения: 23.04.2025)
2. Иванов И.И. Философские основы педагогики сотворчества // Перспективы развития современных общественных наук: сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции [Электронный ресурс]. URL: <https://izron.ru/articles/perspektivy-razvitiya-sovremennykh-obshchestvennykh-nauk-sbornik-nauchnykh-trudov-po-itogam-mezhduna/sektiya-26-sotsialnaya-filosofiya-spetsialnost-09-00-11/filosofskie-aspekty-pedagogiki-sotvorchestva-osnovy-sushchnost-perspektivy/> (дата обращения: 23.04.2025).
3. Комаров С. Будущее банковского дела // FutureBanking [Электронный ресурс]. URL: <https://futurebanking.ru/post/3313> (дата обращения: 23.04.2025).
4. Яндекс. Яндекс представил новые возможности [Электронный ресурс] // Яндекс. 01.05.2024. URL: <https://yandex.ru/company/news/01-05-06-2024> (дата обращения: 23.04.2025).
5. Гудкова Т. Корпоративная культура [Электронный ресурс] // URL: <https://nccg.ru/assets/files/3.-t.gudkova-korporativnaya-kultura.pdf> (дата обращения: 23.04.2025).

Сведения об авторах

Сергеева Яна Владимировна, студент, ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики», Самара, Россия

Стефанова Наталья Александровна, доцент кафедры «Цифровая экономика», ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики», Самара, Россия

Information about the authors

Sergeeva Yana Vladimirovna, student, Povolzhskiy State University of Telecommunications and Informatics, Samara, Russia

Stefanova Natalia Aleksandrovna, Associate Professor of the Department of Digital Economics, Povolzhskiy State University of Telecommunications and Informatics, Samara, Russia