

Содержание

Алексеев С. Ю. Анализ финансового состояния как часть системы управления денежными потоками компании.....	5
Багдасарян В. Г. Трансформация системы управления персоналом предприятия в условиях цифровизации российской экономики.....	10
Багдасарян В. Г. Цифровая экономика в индустрии туризма.....	12
Богатырева И. И., Еремий А. А. Разработка и продвижение онлайн платформы PET CARE....	14
Ведерникова А. Н., Самойлова А. С. Анализ системы рисков инвестиционных проектов Иркутской области.....	16
Вокина А. Н., Юдалевич Н. В. Столкновение клипового и понятийного мышления в современном мире в бизнес-контексте	21
Волкова М. Г. «Создаём команду» — технология улучшения командного взаимодействия.....	24
Гимельштейн Е. А. Статистика: демографическая ситуация Тофаларского региона.....	29
Грошева Е. К., Муратов А. И., Чуприна А. Д. Восточный вектор ВОВ: от Халхин-Гола до разгрома милитаристской Японии.....	31
Грошева Н. Б., Кирилина О. Н. Управление персоналом в контексте социально-экономического кризиса.....	33
Гуджеджиани Е. Г., Касьянова А. Д., Фирсова Н. В. Мероприятия по улучшению экологии Иркутской области в сфере топливно-энергетического комплекса Иркутской области	35
Дятлов С. П. Организация торгового пространства как маркетинговый прием в супермаркетах	39
Еремий А. А., Наумова Е. О. Разработка концепции бренда Иркутского региона ВАИКАLFUTURE	43
Еремий А. А., Соболев А. И. Формирование бренда территории через зонтичный бренд экспортируемой продукции	47
Карелин И. Г., Сафронова С. В., Чебунин Л. Э. Повышение эффективности производственных процессов за счет оптимизации бизнес-процессов технологической проработки заказов.....	50
Касьянова А. Д., Фирсова Н. В. Комплексные проблемы образования и альтернативные предложения по их устранению.....	56
Касьянова А. Д., Фирсова Н. В., Фроленок В. В. Состояние экологии и ее влияние на качество жизни Иркутской области	58
Касьянова А. Д., Фирсова Н. В., Чекрыгин М. А. Разработка мероприятий по управлению персоналом в условиях организационных изменений на примере компании NETZSCH PUMPS RUS	60
Касьянова А. Д., Фроленок В. В., Чекрыгин М. А. Изменение бытовых привычек людей в связи с текущей экологической ситуацией.....	65
Коростелева А. А. Развитие образования в регионе в условиях глобализации.....	68
Наумов И. А. Модель бизнеса по подписке в современных реалиях	70
Поздняков М. П. Анализ применения функционального и процессного подходов в управлении нефтяной организацией в рамках нефтяных промыслов нефтедобывающих организаций	74

Рощин Н. С. Особенности организации государственных и муниципальных заимствований в зарубежных государствах.....	76
Самойлова А. С. Поведенческие аспекты в принятии управленческих решений.....	82
Сольский Б. В. Где прячется реальная экономика	86
Тащицина Е. С. Инновационные технологии в авиационном секторе как фактор экономического роста предприятий.....	88
Устюжин И. Г. Быстринский гок и предиктивная аналитика. Положение, тренды, возможности	90
Khaykhadaeva O. Sustainable transport policies: good practices.....	92
Хун Вэй Разработка стратегии продвижения туристско-информационных центров на территории российской федерации на примере Иркутской области	96
Царевская О. А., Юдалевич Н. В. Изменение подходов к обучению в условиях развития клипового мышления	100
Ягудина И. А. Анализ влияния внешних и внутренних событий на динамику курса юаня.....	103
Сведения об авторах	107

Международный научный электронный журнал «Бизнес-образование в экономике знаний»
Учредитель: ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»
Гл. редактор: Н. В. Юдалевич
Тел. редакции: +7 3952 42-71-30
E-mail: science@buk.irk.ru
Адрес редакции: 664003, г. Иркутск, ул. К. Маркса, 1
Регистрирующий орган: Федеральная служба по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций
Номер свидетельства о регистрации: ЭЛ N ФС 77 - 71619 от 23.11.2017
ISSN: 2412-53-18
12+

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ КАК ЧАСТЬ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ КОМПАНИИ

© Алексеев С. Ю., 2020

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Анализ финансового состояния играет важную роль в управлении компанией. Финансовый анализ позволяет досконально изучить компанию с разных сторон, узнать о ее рентабельности, ликвидности и финансовой устойчивости. Все эти показатели во многом характеризуют особенности формирования денежных потоков компании, а потому проведение анализа финансового состояния помогает более точно прогнозировать движение денежных средств и является важностью частью системы управления денежными потоками. В данной статье будут раскрыты основы финансового анализа, будут рассмотрены и классифицированы различные финансовые коэффициенты.

Ключевые слова: финансовый менеджмент, финансовый анализ, денежный поток, финансовые коэффициенты

Анализ финансового состояния компании является важной частью системы управления денежными потоками компании. Только зная все детали финансового состояния можно принимать правильные решения в управлении финансами и грамотно реагировать на изменение внешней среды, будь то колебания курсов валют или изменение ключевой ставки.

Чтобы грамотно чем-то управлять, нужно как можно больше знать об объекте управления: чтобы управлять финансами компании, нужно иметь полное представление об их свойствах в конкретной компании. Особенности финансового состояния компании во многом определяют то, как происходит движение денежных средств.

Финансовый анализ также является инструментом оценки компании внешними инвесторами, а потому, чтобы повысить эффективность привлечения кредитных средств, необходимо понимать, на какие показатели делают акцент инвесторы и кредиторы, достижение каких показателей поможет фирме показать себя с лучшей стороны и получить меньшую ставку и лучшие условия по заемным средствам.

Финансовый анализ предполагает использование различных форм финансовой отчетности, выполняющих разные функции, в основном он опирается на следующие формы:

баланс содержит информацию на определенный момент времени (как правило, на конец квартала или года) об активах предприятий и источниках его финансирования: обязательствах и собственном капитале;

отчет о финансовых результатах (отчет о прибылях и убытках) содержит информацию о доходах и расходах компании за определенный период времени (как и в случае с балансом, обычно это квартал или год) [1].

При этом важно понимать, что баланс составляется на определенную дату, это «мгновенный снимок» активов и пассивов компании в конкретный момент, а показатели отчета о финансовых результатах рассчитываются

нарастающим итогом за определенный промежуток времени.

Кроме баланса и отчета о финансовых результатах также используются отчет о движении денежных средств, платежный календарь (кассовый план) и другие отчеты. Все они в совокупности помогают составить полное и достоверное представление о текущем состоянии фирмы.

Финансовый анализ включает множество аспектов: это и анализ потребности в финансовых ресурсах, и анализ рентабельности, и анализ деловой ликвидности. Изучение потребности компании в финансовых ресурсах, истории ее изменений и характера колебаний позволяет определить, возникнет ли у компании в будущем потребность в финансировании, в каком объеме, чем будет вызвана эта потребность, существуют ли сезонные колебания в объемах привлекаемого финансирования.

Характер потребности в финансировании определяет выбор его источника. Например, если потребность в финансировании носит сезонный характер по причине спада потребительского спроса, то наиболее рациональным решением будет использование краткосрочных банковских кредитов. Сезонные потребности в финансах — явление временное, которое далеко не всегда есть следствие каких-либо серьезных проблем, а потому компания в подавляющем большинстве случаев за короткое время сможет рассчитаться по кредиту.

Ликвидность компании и рентабельность ее деятельности также являются важными факторами выбора источника финансирования. Чем более устойчиво финансовое положение и выше ликвидность, тем более рискованные источники финансирования может привлекать фирма. Таким образом, по мере укрепления финансового положения и увеличения ликвидности заемные источники становятся все более привлекательными. То же самое можно сказать и про рентабельность: если бизнес приносит 20 % прибыли на вложенный капитал, то привлечение средств под 10 % выглядит отличной идеей. Обратная ситуация, когда рентабельность компании ниже ставки по

привлеченным средствам, возникает только в трудные времена, когда компания испытывает острую необходимость в денежных средствах и их неполучение может привести к закрытию бизнеса.

В процессе анализа финансового состояния компании и качества управления денежными средствами используются различные финансовые коэффициенты, которые с разных позиций характеризуют состояние компании и в совокупности дают финансовому менеджеру всю необходимую информацию для принятия решений.

Использование финансовых коэффициентов позволяет получить более точные, близкие к реальности выводы, чем в результате простого сравнения абсолютных показателей. Например, у компании может несколько лет подряд расти чистая прибыль: сначала 10 млн. руб. в год, потом 12 млн. руб., а потом 15 млн. руб. Выглядит хорошей тенденцией, компания наращивает прибыль и кажется привлекательной для инвестиций. Но что, если мы узнаем, что компания владеет имуществом на 1 млрд. руб.? Посчитав показатель рентабельности активов (поделив чистую прибыль на общую стоимость активов) мы получим значение в 1,5%: каждый вложенный в компанию 1 рубль приносит 1,5 копейки прибыли. Теперь компания уже не кажется эффективной и привлекательной для инвестиций, ведь обычный банковский вклад приносит гораздо большую доходность с намного меньшим риском. Данный пример прекрасно иллюстрирует всю важность комплексного подхода к финансовому анализу компании, необходимость использования самых разных инструментов и показателей.

Но примере прибыли вообще очень хорошо проявляется важность анализа относительных показателей. Абсолютные значения прибыли хоть и позволяют проанализировать динамику ее изменения за несколько лет, но не всегда в точности отражают действительный уровень эффективности деятельности компании вследствие того, что одна и та же сумма прибыли может быть получена в разных экономических условиях, а также из-за различий в масштабах и специфике деятельности различных организаций. Поэтому для измерения эффективности бизнеса наряду с абсолютными показателями применяются различные относительные показатели, в частности, рентабельность.

Использование финансовых коэффициентов предполагает проведение двух основных типов сравнения. Первый предполагает сравнение текущих показателей компании или с ее показателями за предыдущие периоды, или с плановыми значениями этих показателей в будущем. Имея значения финансовых коэффициентов за большой промежуток времени, можно оценить общую тенденцию их изменения и величину колебаний, определить, улучшается или ухудшается финансовое состояние компании за период, как

работает система управления денежными потоками [1].

Важно знать и правильно интерпретировать текущие значения финансовых коэффициентов, но еще более важно понимать динамику этих коэффициентов за определенный период. Финансовые коэффициенты, однако, нужно рассчитывать не только для прошлых периодов и текущего момента времени, но и на основе прогнозируемых данных для будущих периодов. Это даст более полную картину прогноза.

Второй тип сравнения основан на сопоставлении финансовых коэффициентов компании с коэффициентами аналогичных предприятий или со средними значениями по всей отрасли. Такой анализ позволяет еще более объективно оценить финансовое состояние компании, узнать, в каких аспектах своей деятельности фирма показывает себя лучше или хуже отрасли в целом или отдельных компаний-конкурентов.

Что касается межотраслевых значений, то здесь надо быть осторожным и избегать применять одни и те же стандарты при сравнении компаний из разных отраслей. Если игнорировать отраслевые особенности и характер бизнеса, то результатом станет неправильная интерпретация значений финансовых показателей. Таким образом, для получения достоверных выводов необходимо или использовать для сравнения показатели компаний со схожими условиями и особенностями бизнеса, или, сравнивая компании разных отраслей, всегда делать поправку на различия этих отраслей.

Все финансовые коэффициенты (из тех, что имеют наиболее широкое применение) можно разделить на две большие группы:

балансовые коэффициенты, числитель и знаменатель которых взяты из баланса, дают информацию о компании на дату составления баланса. Балансовые коэффициенты включают:

- коэффициенты ликвидности, отражающие способность компании рассчитываться по своим краткосрочным обязательствам;
- коэффициенты задолженности, показывающие долю заемных средств в общей сумме источников финансирования;
- коэффициенты на основе отчета о финансовых результатах и коэффициенты на основе баланса/отчета о финансовых результатах предоставляют информацию о компании за определенный период времени. В первом случае и в числителе, и в знаменателе используются только показатели из отчета о финансовых результатах, которые рассчитываются нарастающим итогом. Во втором случае показатели из отчета о финансовых результатах сопоставляются с показателями из баланса, которые отражают состояние на определенный момент времени. Данная группа включает следующие виды финансовых коэффициентов:

- коэффициенты покрытия, показывающие соотношение обязательств компании и ее способности их обслуживать;

- коэффициенты деловой активности, отражающие эффективность использования компанией своих активов;

- коэффициенты рентабельности, показывающие уровень прибыльности компании.

Важно отметить, что сравнение, используемое во второй группе финансовых коэффициентов, может вызвать некоторые проблемы, так как данные, по сути, несопоставимы: данные из баланса говорят только о состоянии активов и пассивов в конкретный момент, нам ничего не известно об их состоянии на протяжении всего периода.

Чтобы решить эту проблему, при расчете финансовых коэффициентов необходимо использовать среднеарифметическое значение показателей, взятых из баланса. Это позволит получить примерное представление об их среднем уровне в течение периода, что обеспечит сопоставимость с показателями, рассчитываемыми нарастающим итогом.

Проиллюстрируем важность этого момента на конкретном примере. Предположим, компания в течение 11 месяцев от начала года имела в собственности активы на 1 млн. руб., и только в конце года увеличила активы до 2 млн. руб. Чистая прибыль за год составила 500 тыс. руб. Если мы посчитаем показатель рентабельности активов, которая определяется как отношение чистой прибыли за период к стоимости активов, взяв их значение на конец периода, то получим значение 25 %. Но ведь в действительности рентабельность выше: большую часть года компания для получения прибыли использовала активы стоимостью 1 млн. руб. Если мы посчитаем рентабельность активов по их среднему значению, взяв значения на начало и на конец периода, то получим 33 %, и это будет уже ближе к реальности.

Таким образом, мы понимаем, что некорректно сравнивать, например, прибыль за период с величиной активов (или любым другим показателем) на конец этого периода, ведь в таком случае не учитывается динамика активов за этот период.

Также стоит отметить, что по отдельности ни один финансовый коэффициент не является достаточным основанием для выводов о финансовом состоянии компании, только совокупность из разных видов коэффициентов позволяет провести полный анализ и сделать обоснованные и соответствующие реальному положению дел выводы.

Теперь перейдем к более подробному рассмотрению основных финансовых коэффициентов из каждой группы. Начнем с коэффициентов ликвидности, которые дают представление о платежеспособности компании и о возможности ее поддержания при возникновении различных затруднений. Суть коэффициентов

ликвидности заключается в сопоставлении текущих обязательств организации с ее текущими ресурсами, с помощью которых можно погасить эти обязательства [2].

Коэффициент текущей ликвидности является одним из самых распространенных финансовых коэффициентов. Он показывает, способна ли компания выдержать такие изменения во внешней среде, как требования кредиторов по немедленному погашению задолженности, задержки оплаты со стороны дебиторов, непредвиденные расходы или сокращение притоков денежных средств в результате снижения продаж.

Коэффициент текущей ликвидности рассчитывается как отношение суммы оборотных активов к сумме краткосрочных обязательств фирмы. Если значение данного коэффициента менее 1, то у компании с большой вероятностью могут возникнуть трудности с погашением текущих обязательств. Это также ведет к недоверию со стороны кредиторов, вызывает трудности при получении заемных средств и увеличивает их стоимость. Оптимальное значение коэффициента отличается в зависимости от страны и отрасли, но в среднем составляет 2 и более.

Коэффициент текущей ликвидности, однако, не учитывает состав и структуру элементов оборотных активов, их ликвидность. У одной компании оборотные активы могут на 50 % состоять из денежных средств, а у другой — на 90 % из товарно-материальных запасов. Очевидно, что платежеспособность данных компаний далеко не одинакова.

Данную проблему решает использование коэффициента мгновенной (срочной) ликвидности, который рассчитывается как отношение оборотных активов за вычетом товарно-материальных запасов к сумме краткосрочных обязательств. Данный коэффициент обеспечивает более точную оценку ликвидности фирмы, так как в расчет не берутся запасы, являющиеся наименее ликвидной частью оборотных активов. Однако делается допущение о том, что дебиторы компании своевременно погашают свою задолженность. Компания обладает надежным уровнем платежеспособности, если коэффициент мгновенной ликвидности больше или равен 1.

Существует еще более жесткий и реже применяемый показатель ликвидности — коэффициент абсолютной ликвидности. От предыдущих он отличается тем, что из текущих активов берет только наиболее ликвидные — денежные средства и краткосрочные финансовые вложения. Если данный коэффициент более 1, то компания обладает абсолютной платежеспособностью, т.е. может в кратчайшие сроки рассчитаться по всем своим обязательствам. Однако у такой высокой платежеспособности есть свои недостатки, ведь это означает наличие неоправданно больших объемов свободных

денежных средств, которые могли бы пойти на развитие бизнеса. На практике, конечно, такая ситуация встречается редко. Если говорить об оптимальном значении, то оно должно быть больше или равно 0,2.

Перейдем к коэффициентам задолженности, которые помогают оценить зависимость компании от заемных средств. Коэффициент финансового левериджа (финансового рычага) является одним из важнейших показателей финансового состояния и рассчитывается как отношение обязательств компании к ее собственному капиталу.

Нормальное значение коэффициента сильно разнится в зависимости от отрасли и особенностей бизнеса. Например, компании со стабильным притоком денежных средств могут позволить себе более высокое значение коэффициента, чем остальные. Однако в среднем наиболее оптимальным значением коэффициента считается 1, т.е. равенство обязательств и собственного капитала, но также приемлемым считается увеличение коэффициента до 2. При более высоких значениях компания теряет финансовую независимость и становится финансово неустойчивой. Значение показателя ниже 1 говорит о том, что компания не использует возможность привлечения заемных средств, что могло бы увеличить масштабы бизнеса и повысить его доходность [3].

Этот коэффициент также очень важен для кредиторов: чем больше в источниках финансирования преобладают собственные средства компании, тем более защищены интересы кредиторов в случае возникновения трудностей.

Коэффициент финансовой зависимости рассчитывается как отношение обязательств к общей сумме активов. Он показывает, какая часть активов финансируется за счет заемных средств. Если данный коэффициент менее 0,5, то компания считается финансово независимой. В теории, если потребуется немедленно погасить все долги, компания сможет это сделать, реализовав половину имущества. Коэффициент финансовой зависимости, по сути, выполняет те же функции, что и коэффициент финансового левериджа, просто он может более наглядно продемонстрировать, какая конкретно часть имущества профинансирована из заемных средств.

Перейдем к рассмотрению коэффициентов на основе отчета о финансовых результатах, а также на основе баланса и отчета о финансовых результатах.

Коэффициенты покрытия служат для сопоставления обязательств компании с ее способностью их обслуживать. Наиболее часто применяемым из этой группы является коэффициент покрытия процентов, равный отношению прибыли до уплаты процентов и налогов (ЕБИТ) к величине процентов к уплате. Чем выше данный коэффициент, тем меньше кредитная нагрузка предприятия и тем меньше вероятность банкротства. Значение менее 1,5 говорит о

возможных проблемах в обслуживании обязательств фирмы. Однако, слишком высокое значение, хоть и говорит о высокой финансовой устойчивости, также свидетельствует о недостаточном использовании заемных средств. При этом необходимо учитывать, что выплата процентов происходит из фактически поступивших средств, а не из учетной прибыли, поэтому хорошим дополнением будет анализ движения денежных средств.

Коэффициенты деловой активности отражают эффективность использования активов [4]. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности рассчитывается как отношение выручки к средней величине дебиторской задолженности за этот период. Данный коэффициент показывает, насколько быстро компания получает оплату за реализованную продукцию: сколько раз за период от покупателей была получена оплата в размере среднего остатка дебиторской задолженности. Показатель отражает эффективность работы с дебиторами, политику организации во взаимоотношении с клиентами. Снижение коэффициента может говорить как об увеличении доли неплатежеспособных клиентов, так и о смягчении политики компании в области реализации, например, для выхода на новые рынки.

Также часто используется показатель продолжительности оборота дебиторской задолженности в днях, который можно посчитать, поделив число дней в периоде на коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности за этот период. Он показывает среднее число дней, необходимое для получения долгов, и сравнивать его необходимо с условиями оплаты, которые предлагает клиентам компания.

Каких-либо нормативов для оборачиваемости дебиторской задолженности не существует, как правило, чем она выше, тем лучше, но иногда за оптимальное принимают среднеотраслевое значение.

Вместе с оборачиваемостью дебиторской задолженности необходимо анализировать и оборачиваемость кредиторской задолженности, которая чаще всего рассчитывается как отношение суммы себестоимости реализованных товаров и изменения стоимости запасов к средней величине кредиторской задолженности. Однако, такой расчет является довольно условным, и для большей точности по возможности лучше применять данные об объеме закупок за период в денежном выражении. Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности не должен превышать коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, так как это приводит к дефициту денежных средств и возникновению кассовых разрывов.

Коэффициент оборачиваемости активов показывает общую эффективность управления активами компании, рассчитывается как отношение выручки к средней стоимости активов за период.

Норма для оборачиваемости активов отличается в зависимости от отрасли и специфики бизнеса, но чем он выше, тем лучше.

Рассмотрим коэффициенты рентабельности, которые характеризуют общую эффективность деятельности компании и которым, как правило, отводится первостепенная роль при финансовом анализе компании.

Рентабельность продаж отражает эффективность операционной деятельности фирмы: насколько обоснованно выбрана ценовая политика, как хорошо компания контролирует свои расходы. Рассчитывается как отношение чистой прибыли к выручке. Этот вариант является наиболее распространенным, однако вместо чистой прибыли могут использовать и другие виды прибыли в зависимости от того, хотим ли мы учитывать определенные виды расходов.

Рентабельность продаж говорит нам о том, насколько прибыльна деятельность компании, однако она не дает нам информацию о том, какую доходность могут обеспечить инвестиции в данную компанию. Для этой цели применяются такие показатели, как рентабельность активов или рентабельность собственного капитала.

Рентабельность активов равна отношению чистой прибыли к средней сумме активов за период, т.е. показывает величину прибыли на единицу стоимости активов. Коэффициент характеризует эффективность и прибыльность использования имущества организации без учета структуры источников финансирования, является одним из ключевых критериев при выборе объекта инвестиций, как прямых, так и портфельных.

Рентабельность собственного капитала является важнейшим показателем для инвесторов и собственников компании, так как напрямую показывает эффективность их вложений. Рентабельность собственного капитала равна отношению чистой прибыли к средней величине собственного капитала за период, т.е. показывает прибыльность не всего капитала фирмы, а только той части, что принадлежит владельцам бизнеса.

Рентабельность собственного капитала обычно сравнивается со ставкой доходности альтернативных вложений, например, со средним значением по стране или отрасли. При сравнении различных вариантов инвестиций важно учитывать и другие важные критерии: уровень риска и ликвидность. Например, если бизнес обеспечивает доходность собственного капитала в размере 9 % годовых, а банковский депозит дает 8 % годовых, то такой бизнес малопривлекателен для инвестиций, ведь увеличение доходности на 1 % никак не может оправдать значительное увеличение риска и не менее значительное снижение ликвидности вложений.

Высокая рентабельность собственного капитала может быть вызвана не только высокой эффективностью управления активами, но и

большой долей заемных средств, что ведет к снижению финансовой устойчивости. Это очень хорошо иллюстрирует главное правило инвестиций: чем выше доходность, тем выше риск.

Анализ финансового состояния крайне важен для функционирования системы управления денежными потоками компании, он является неотъемлемой частью эффективного планирования. Только после анализа всех аспектов финансового положения компании можно говорить о достоверности прогнозирования движения денежных средств. Финансовый анализ в основном опирается на расчет различных коэффициентов, многие из которых играют большую роль при планировании денежных потоков. ■

1. Ван Хорн Д., Вахович Д. Основы финансового менеджмента / Ван Хорн Д., Вахович Д. — М.: «Вильямс», 2018. — 1232 с.

2. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов / Брейли Р., Майерс С. — М.: «Олимп-Бизнес», 2016. — 1008 с.

3. Лукасевич, И. Я. Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 1. Основные понятия, методы и концепции / И. Я. Лукасевич. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 377 с.

4. Бригхэм Ю., Эрхардт М. Финансовый менеджмент / Бригхэм Ю., Эрхардт М. — СПб.: Питер, 2009. — 960 с.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов / Брейли Р., Майерс С. — М.: «Олимп-Бизнес», 2016. — 1008 с.

Бригхэм Ю., Эрхардт М. Финансовый менеджмент / Бригхэм Ю., Эрхардт М. — СПб.: Питер, 2009. — 960 с.

Ван Хорн Д., Вахович Д. Основы финансового менеджмента / Ван Хорн Д., Вахович Д. — М.: «Вильямс», 2018. — 1232 с.

Лукасевич, И. Я. Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 1. Основные понятия, методы и концепции / И. Я. Лукасевич. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 377 с.

Financial analysis as part of a company's cash flow management system

© Alekseev S., 2020

Financial analysis plays an important role in company management. Financial analysis allows you to thoroughly examine a company from different angles, learn about its profitability, liquidity and financial stability. All these indicators largely characterize the characteristics of the formation of the company's cash flows, and therefore, analysis of the financial condition helps to more accurately predict cash flows, it is an important part of the cash flow management system. In this article, the basics of financial analysis will be disclosed, various financial ratios will be reviewed and classified.

Keywords: financial management, financial analysis, cash flow, financial ratios

© Багдасарян В. Г., 2020

Иркутский государственный университет

В данной статье рассматривается актуальность трансформации системы управления персоналом с учетом развития современных технологий, а также внедрения их в такую сферу экономики как управление персоналом, а также обосновывается их необходимость

Ключевые слова: управление персоналом, цифровизация, цифровая экономика, трудовые ресурсы, мотивация

Перспективы развития государства определяются целым рядом его ресурсов, это и экономические, и промышленные, и природные, и в том числе человеческие ресурсы.

Целевое использование этих самых ресурсов становится одной из самых главных задач государства по регулированию. При этом важно понимать, что в условиях цифровизации экономики одним из самых важных ресурсов становятся человеческие, так как являются основным фактором производства, экономического роста, и конкуренции в целом.

В условиях трансформации цифровой экономики важным фактором к ключевым позициям, занимающие приоритетные позиции в области управления персоналом становится создания цифровой среды сотрудникам организации, с целью сокращения затрат предприятия, оптимизации их деятельности для повышения эффективности их деятельности. Например, существуют различные предприятия, где для каждого сотрудника создается личный кабинет, в котором помимо того, имеющийся информация о сотруднике, есть готовые образцы, по которым сотрудник может оформить отпуск и т.п. [1]. Также цифровизация предоставила возможность для создания онлайн платформ, на базе которых сотрудники могут пройти курс повышения квалификации, получить определенный ряд компетенций и ознакомиться с современным тенденциями рынка. А также в условиях цифровой среды стало доступно больше возможностей: различные интернет платформы позволяют проводить собеседования людей, по результатам которого выносят решение о приеме на работу, работать удаленно, и т.д. Все это значительно

упростило ряд процессов, которые раньше могли занимать большое количество времени. На сегодняшний день трансформация экономики существенно отразилась на самих бизнес-процессах, которые связаны с управлением персоналом. Такого рода изменения требуют корректировок в самом рабочем процессе: к самим имеющимся данным на предприятии, которые в дальнейшем служат основой для роста компании. Трансформация требует значительное внимание как самих руководителей, так и самих сотрудников организации [2].

Важным фактором служит то, что, как правило, сотрудники, возраст которых едва достигает 45 лет более гибко адаптируются к каким-либо изменениям, нежели работники, чей возраст более 45 лет, т.к. они привержены сопротивляться к внедрению технологий в рабочий процесс. Благодаря внедрению цифровых технологий в повседневный рабочий процесс, труд человека стал менее рутинным, и более творческим. Для того что бы специалистом остаться на плаву в своей сфере деятельности и после 45 лет, им необходимо развивать в себе навыки в сфере цифровой экономике. Способность гибко мыслить, уметь принимать и воплощать в жизнь инновации — это и есть главные требования для компетенции в цифровой экономике. Обучение внутри предприятия подразумевает под собой систематический процесс, который внедрен в общую политику интеллектуального капитала предприятия и направленный на повышения уровня знаний.

Существуют несколько форм внутрифирменного обучения, которые представлены на рисунке 1



Рис. 1. Формы повышения квалификации трудовых ресурсов на предприятии

Помимо всего прочего рассматривают такие аспекты Digital среды, как:

- цифровая рабочая среда;
- цифровой HR, благодаря который существенно упрощает и автоматизирует бизнес-процессы за счет цифровых технологий, а также позволяет создавать культурную среду;
- цифровые трудовые ресурсы: применение новых стратегий и синхронизации управления big data [3].

Таким образом, на сегодняшний день передовому менеджеру по персоналу необходимо иметь представление о диджитализации службы персонала. При невозможности в кратчайшие сроки внедрить «цифровую систему управления персоналом» существует вероятность того, что организация может лишиться возможности участвовать в привлечение и удержание талантливых сотрудников. Применения цифровых технологий позволит в кратчайшие сроки адаптироваться в реальной экономической ситуации и найти пути к разрешению кризисного состояния. Еще пару лет назад было достаточно просто внедрить единую централизованную систему управления персоналом, которая послужила бы эффективным инструментом для автоматизации процедур отдела кадров, то в условиях цифровой трансформации экономики требуются более мобильные решения. Компании разного уровня активно предлагают и используют такие новшества, как мобильный работодатель, развитие корпоративных социальных сетей, мобильные площадки, обучение в любом месте и в любое время, так, например «Сбербанк» активно использует виртуальную школу для обучения и переквалификации своего персонала.

Безусловно внедрение высокотехнологичных решения приводит к изменению формата практически любой работы, а также переосмыслению к подходам, методам, и инструментам работы. Для повышения эффективности работы компании одной из главных составляющих является улучшение работы систем персонала, в современных условиях необходима разработка HR-стратегий, которые включают в себя мобильные и облачные решения, а также аналитические инструменты. Все это нацелено на снижение трудоемкой работы, что одновременно позволит компаниям повысить конкурентоспособность на рынке, а также увеличить производительность бизнеса [4]. Все описанное выше демонстрирует необходимость и готовность всех составляющих бизнес-системы к внедрению цифровых инструментов в целях

построения эффективной информационной системы управления персоналом. ■

1. Андреева Л. Ю., Джемаяев О. Т. Влияние цифровой экономики на формирование новых трендов на российском рынке труда // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. - 2017. - № 3. - С. 31
2. Костикова А. В., Скитер Н. Н., Тарасова И. А. Моделирование информационной системы управления персоналом в условиях цифровой трансформации // Фундаментальные исследования. – 2019. – № 4. – С. 48-52;
3. Бабкина А. В. Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы / под ред. д-ра экон. наук, проф. А. В. Бабкина. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та. - 2017. - 807с.
4. Цифровизация HR: фактор лояльности сотрудников [Электронный ресурс] // - URL: <https://www.osp.ru/cio/2017/09/13053405/> (Дата обращения: 22.03.2020)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

- Андреева Л. Ю., Джемаяев О. Т. Влияние цифровой экономики на формирование новых трендов на российском рынке труда // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. - 2017. - № 3. - С. 31
- Бабкина А. В. Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы / под ред. д-ра экон. наук, проф. А. В. Бабкина. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та. - 2017. - 807с.
- Костикова А. В., Скитер Н. Н., Тарасова И. А. Моделирование информационной системы управления персоналом в условиях цифровой трансформации // Фундаментальные исследования. – 2019. – № 4. – С. 48-52;
- Цифровизация HR: фактор лояльности сотрудников [Электронный ресурс] // - URL: <https://www.osp.ru/cio/2017/09/13053405/> (Дата обращения: 22.03.2020)

Transformation of the enterprise human resources management system in the conditions of digitalization of the Russian economy

© Bagdasaryan V., 2020

This article discusses the relevance of the transformation of the personnel management system taking into account the development of modern technologies, as well as their implementation in such an area of the economy as personnel management, and also substantiates their need

Keywords: personnel management, digitalization, digital economy, labor resources, motivation

© Багдасарян В. Г., 2020

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье рассматривается роль цифровой экономики в сфере туризма. В настоящее время с развитием технологий ключевым фактором выступают информация, представленная в виде цифровых данных. Таким образом, цифровая экономика становится инструментом повышения конкурентоспособности предприятий различных сфер деятельности.

Ключевые слова: цифровая экономика, туризм, современные технологии, цифровизация, цифровая трансформация

Одним из важных преимуществ развития туристической сферы в современном секторе экономики является развитие интернет-технологий. На сегодняшний день происходит непрерывная цифровизация различного рода сфер деятельности.

Главное отличие цифровой экономики от обычной является тот факт, что при цифровой экономике приоритетным ресурсом выступает информация, а также методы управления ею, что является немало важным фактором для туристической отрасли, ввиду того, что информация в данной сфере является основным элементом производства. Индустрия туризма нацелена на активное внедрение и пользование цифровых технологий. Многие предприятия перестраивают свои бизнес-процессы в соответствии с парадигмой развития цифровой экономики, куда можно отнести онлайн систему бронирования туров, электронную коммерцию и т.д. Таким образом, можно утверждать, что на сегодняшний день туристическая индустрия продолжает свое развитие в условиях цифровой экономики, что существенно позволяет данной сфере в жесточайших условиях рыночной экономики быть более гибкой при любых изменениях, что существенно повышает уровень конкурентоспособности в развивающемся мире цифровых технологий.

С непрерывным внедрением различных технологий в туристической отрасли появляются различные тенденции, к которым можно отнести:

- повышение темпов глобализации туристической сферы;
- появление новых каналов сбыта;
- сокращение времени на сближение поставщика, предоставляемого туристические услуги, и потребителей;
- возможности выхода туристических организаций в открытый доступ в интернет;
- совершенствование деятельности за счет использования различных мобильных приложений.

На основании статистических данных, на сегодняшний день около 3,5 миллиарда человек имеют возможность использовать интернет-ресурсы на свои нужды, вместе с тем, число этих людей увеличивается ежегодно. При этом, к аудитории, которая пользуется этим ресурсом можно отнести

людей различных слоев населения, а также различных возрастных групп [1].

Благодаря цифровизации данной отрасли, каждому человеку становится возможным самостоятельно искать информацию о тех или иных местах поездки, соотносить различные туристические предприятия и делать выбор в пользу наиболее подходящего личным критериям поиска клиента, вплоть до покупки желаемого тура в любое в режиме онлайн в круглосуточном режиме, что соответственно сказывается на качестве предоставляемых услуг туристической компании, а также повышением уровня удовлетворенности клиента.

Вместе с тем, происходит постоянный рост числа людей, которые отдают предпочтение самостоятельно выстраивать маршрут своих поездок, совершать покупку авиабилетов, бронировать отели и т.д., что является следствием снижения прибыли специализированных туристических организаций.

Ранее, даже при совершении бронирования и онлайн покупок на различных сервисах, предоставляемых транспортные услуги, проблематичным фактором становилось грамотное выстраивание маршрута со стыковкой всех рейсов, но с появлением такого феномена, как big data и внедрения искусственного интеллекта стало возможным структурировать все поездки за пару действий. К примеру, Rome2Rio представляет собой единую платформу, на которой представлены различные способы как можно добраться из одного места в другое, начиная от морского транспорта, заканчивая пешими маршрутами. Пользователю необходимо ввести свои данные, как онлайн-платформа сама составит идеальный маршрут, с учетом временных и ценовых критериев пользователя [2].

На основании исследования Booking.ru, стало понятно, что большая часть мирового населения заинтересована в помощи искусственного интеллекта, т.е. для пользователей становится не таким важным фактором кто оказывает им помощь: живой человек — консультант или чат-бот, число такого рода пользователей варьируется около 50 %. На сегодняшний день чат-боты способны заменить живое общение с консультантом, т.к. они способны отвечать на различные вопросы пользователей, как,

например, Кауак — чат-бот дает рекомендации и советы путешественникам начиная с покупки авиабилетов, учитывая при это располагаемый бюджет пользователя, заканчивая рекомендацией к посещению достопримечательностей в искомым локациях [3].

Однако, использование мобильных устройств, а также мобильных приложений существенно упрощают работу туристическим предприятиям, ввиду того, что персонализация в сфере обслуживания клиентов позволяет организациям собрать необходимые данные о клиента: их место проживания, структуру расходов, их предпочтения и интересы, а также другая информация, которая позволяет проводить различные маркетинговые исследования, вследствие чего повышения качества предоставляемых услуг. Вместе с тем, благодаря интернету и социальным сетям, становится возможным проанализировать потенциального клиента. Благодаря им доступны данные о профиле человека, местах, которым он отдает своим предпочтения, количестве времени, которые он затрачивает на данный объект и т.п. все это и многое другое сокращает затраты на проведение опросов, позволяет проанализировать клиента, и как следствие при каких-либо изменениях в его интересах позволяет адаптировать под него туристическое предложение.

В соответствии со статистикой, представленной Google, на стадии планирования путешествия, в среднем человек совершает порядка 400 запросов в интернете, что в эпоху цифровизации дает туристическим компаниям оказать влияние на их выбор и склонить в пользу определенного отеля, компании и т.п. [4].

Рынок туризма с предоставлением своих услуг онлайн непрерывно развивается. 74 % путешественников в мире отдают предпочтение онлайн сервисам. Ежегодно происходит рост числа таких онлайн запросов пользователями с мобильных устройств, как: каршеринг, поиск железнодорожных и авиабилетов, бронирование номеров и т.п. Таким образом, основная масса пользователей совершает свои покупки и бронирования также через мобильные устройства, что в свою очередь подводит компании к тому, что необходимо помимо предоставления информации и сервиса, предоставить клиенту возможность удобства оплаты услуги с мобильного устройства.

Также, ежегодно происходит развитие туристической отрасли на Российском рынке, в свою очередь занимая значительную долю в экономическом секторе страны. На основании статистических данных Ростуризма, известно, что 4 377 компаний на рынке в стране включены в Единый федеральный реестр туроператоров, среди которых деятельность 2,5 тыс. компаний направлена на предоставление туристических услуг внутри страны. Однако, 51 % российских путешественников до сих пор отдают предпочтение

покупке готовых туров у компаний, которые специализируются на этом, вне зависимости от возможности пользования онлайн сервисами [5].

Таким образом, происходит интеграция цифровых технологий в отрасль, что является важным показателем инновационного развития данной сферы, ведущей к интеллектуальному туризму. ■

1. Клейман А. А., Бабанчикова О. А. Совершенствование технологии продаж туристского продукта на основе внедрения инновационных технологий // Вестник Национальной академии туризма: Российский научный журнал. № 3(35) июль-сентябрь 2015. С.20-26.

2. Першина Э. С., Дараган С. В. Индустрия туризма в цифровую эпоху//Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы, 2016, том 9, №2, С.98- 107.

3. Как цифровизация захватывает все новые отрасли [Электронный ресурс] // РБК : Сайт. – URL: <https://pro.rbc.ru/news/5d429e439a794769de6a2e75> (Дата обращения: 23.03.2020)

4. Лучшие мировые практики цифровой трансформации туристической деятельности [Электронный ресурс] // Strategy Partners РБК : Сайт. – URL:

5. <http://digitalbusinessmodel.ru/page7181064.html> (Дата обращения: 23.03.2020)

6. Цифровая трансформация в туризме – тренды 2020 года [Электронный ресурс] // VC.RU: Сайт. – URL: <https://vc.ru/flood/85973-cifrovaya-transformaciya-v-turizme-trendy-2020> (Дата обращения: 23.03.2020)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Как цифровизация захватывает все новые отрасли [Электронный ресурс] // РБК : Сайт. – URL: <https://pro.rbc.ru/news/5d429e439a794769de6a2e75> (Дата обращения: 23.03.2020)

Клейман А. А., Бабанчикова О. А. Совершенствование технологии продаж туристского продукта на основе внедрения инновационных технологий // Вестник Национальной академии туризма: Российский научный журнал. № 3(35) июль-сентябрь 2015. С.20-26.

Лучшие мировые практики цифровой трансформации туристической деятельности [Электронный ресурс]// Strategy Partners РБК : Сайт.

– URL:<http://digitalbusinessmodel.ru/page7181064.html> (Дата обращения: 23.03.2020)

Першина Э. С., Дараган С. В. Индустрия туризма в цифровую эпоху//Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы, 2016, том 9, №2, С.98- 107.

Цифровая трансформация в туризме – тренды 2020 года [Электронный ресурс] // VC.RU: Сайт. – URL: <https://vc.ru/flood/85973-cifrovaya-transformaciya-v-turizme-trendy-2020> (Дата обращения: 23.03.2020)

Digital economy in the tourism industry

© Bagdasaryan V., 2020

This article discusses the role of the digital economy in tourism. Currently, with the development of technology, the

key factor is information presented in the form of digital data. Thus, the digital economy is becoming a tool to increase the competitiveness of enterprises in various fields of activity.

Keywords: digital economy, tourism, modern technologies, digitalization, digital transformation

УДК 364.1

РАЗРАБОТКА И ПРОДВИЖЕНИЕ ОНЛАЙН ПЛАТФОРМЫ PET CARE

© Богатырева И. И., Еремий А. А., 2020

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Проблема брошенных и потерявшихся животных на данный момент очень актуальна, исходя из количества социальных групп, которые призывают к помощи, а также ветеринарные клиники, которые не справляются с большим потоком брошенных животных. Это привело к созданию информационной онлайн платформы «Pet Care», которая поможет решить текущие проблемы.

Ключевые слова: информационная площадка, социальная поддержка, бездомные животные

На данный момент очень много брошенных, бездомных, потерявшихся животных, которые находятся в совершенно разных приютах, но нет единой точки, куда любой человек мог бы написать о найденном животном.

Есть много групп в социальных сетях, которые рассказывают о проблемах стерилизации животных, а также о нехватке корма для брошенных или потерявшихся животных, но эти группы никак не взаимодействуют, и обратной связи от людей

практически нет (рис.1). Таким образом, появилась идея о создании единой платформы, в которой будет интегрироваться вся необходимая информация о потерянных и домашних животных, а также информация о правильном уходе за ними и о добровольцах, которые готовы помогать в уходе за животными, или помочь в сборе средств. В данном сервисе также будет присутствовать информация о скидках в ветеринарные сервисы и в различные магазины.

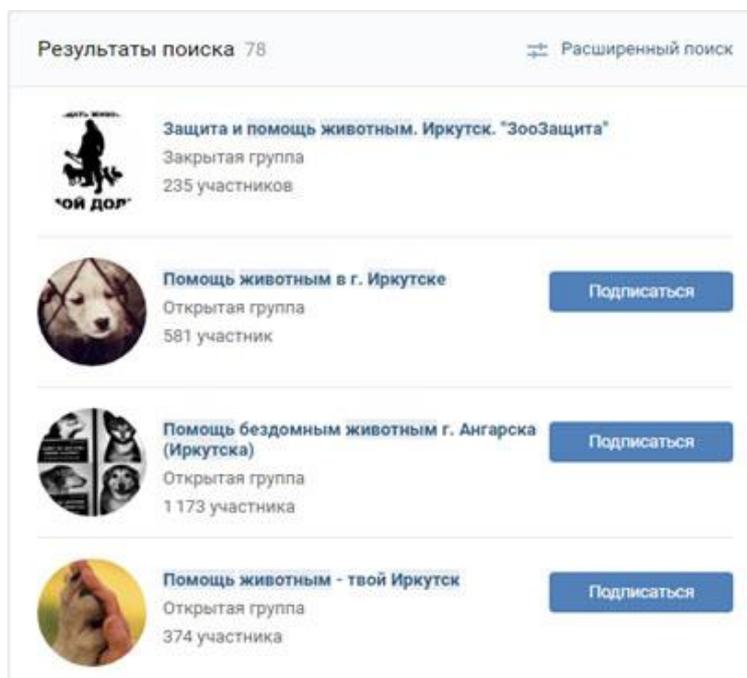


Рис. 1. Количество социальных групп в социальной сети «ВКонтакте», которые занимаются защитой брошенных животных, а также помогают им [1.2.3]

Ни для кого не секрет, что в настоящее время бездомных животных стало гораздо больше. Раньше с проблемой боролись, применяя исключительно

жесткие методы, такие как отлов или отстрел, но на данный момент методы борьбы стали гораздо лояльнее. Сейчас найденных бездомных животных

отдают в приюты, где им оказывают медицинскую помощь, прививают, кормят и ухаживают, а потом любой желающий может забрать себе животное домой. Таким образом, у животных появляется шанс найти нового хозяина и больше не попасть на улицу. Данная платформа будет помогать приютам тем, что люди смогут узнавать о животных, которые поступили туда и смогут им помогать, узнавая об этом в режиме реального времени.

В этой платформе пользователи смогут уведомлять друг друга о найденном животном буквально за пару минут, ведь у современного человека всегда под рукой телефон, поэтому выставить пост можно будет максимально быстро. В приложении будет удобный интерфейс, который будет делиться на различные категории, такие как: скидки в магазины и ветеринарные клиники, сбор средств для бездомных животных, информация о найденных животных, советы по уходу за животными и многие другие.

Необходимость в создании такой платформы существует, поскольку группы в социальных сетях не работают и количество заинтересованных людей очень маленькое. В данном сервисе люди за свою помощь бездомным животным будут получать звания и баллы, которые всегда могут просмотреть другие пользователи. Также в приложении можно будет всегда отследить, на какие нужды были потрачены средства пользователя. С данным сервисом могут также сотрудничать магазины кормов для животных, ведь когда срок годности корма для животных подходит к концу, многие компании утилизируют товар, а так у пользователя появляется возможность выкупить товар с большой скидкой и пожертвовать любому приюту в данной платформе. Таким образом, пользователь совершает добрые дела, копит баллы и спасает животных, а магазины не ликвидируют корма впустую.

Цели и задачи платформы:

- обеспечить людей информацией о бездомных животных, которые нуждаются в помощи;
- помочь бездомным животным найти новых хозяев;
- возможность совершить добрые дела и посмотреть на результат в реальном времени;
- информация от грамотных специалистов о правильном уходе за животными;
- информация о скидках в ветеринарные клиники и магазины кормов;
- увеличить интерес со стороны людей к проблеме бездомных животных и подтолкнуть к социальной поддержке;
- привлечь и объединить как можно больше людей в данный социальный проект, для решения общих проблем.

Благодаря данному проекту жители города смогут владеть информацией о бездомных животных, а также у них появится возможность помочь им. Хозяева домашних питомцев всегда смогут получать актуальную информацию о скидках

в ветеринарных клиниках, зоомагазинах. Если вдруг хозяин потеряет своего домашнего питомца, всегда есть возможность за считанные секунды попросить помощи у большого количества людей. У хозяев приюта появится помощь со стороны людей, что очень облегчит работу их сотрудников. Клиники для животных и зоомагазины смогут рассказывать о скидках и уникальных предложениях в данной платформе, а также не ликвидировать продукцию, а продавать с большой скидкой, тем самым давая людям возможность помочь бездомным животным. У людей, которые хотят помочь приютам, всегда будет возможность найти единомышленников и собрать средства на помощь животным.

Инструменты продвижения данной платформы в социальных сетях будет происходить при помощи:

- Контент-маркетинг. Данная платформа социальный проект, поэтому большая часть контента будет сфокусирована именно на этом;
- Работа с блогерами. Большое количество людей наблюдает за разными блогерами, и прислушивается к ним. Данный инструмент поможет рассказать о платформе сразу большому количеству людей;
- Инстаграм. Собственная страница, в которой можно будет просмотреть актуальные новости, результаты собранных средств на благотворительность и т.д.;
- Таргетированная реклама;
- Сотрудничество с приютами и магазинами в соцсетях;
- Мероприятия. Благотворительные вечера, на которых можно собрать средства для бездомных животных. ■

Помощь бездомным животным г. Ангарска (Иркутска). [Электронный ресурс] // «ВКонтакте» - Электрон. дан. - URL: <https://vk.com/club9792050?w=address-9792050> (Дата обращения 20.01.2020)

Помощь животным в г. Иркутске [Электронный ресурс] // «ВКонтакте» - Электрон. дан. - URL: <https://vk.com/pomosh.zhivotnym> (Дата обращения 21.01.2020)

Защита и помощь животным. Иркутск. «ЗооЗащита» [Электронный ресурс] // «ВКонтакте» - Электрон. дан. - URL: <https://vk.com/club1865138> (Дата обращения 22.01.2020)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.

Защита и помощь животным. Иркутск. «ЗооЗащита» [Электронный ресурс] // «ВКонтакте» - Электрон. дан. - URL: <https://vk.com/club1865138> (Дата обращения 22.01.2020)

Помощь бездомным животным г. Ангарска (Иркутска). [Электронный ресурс] // «ВКонтакте» - Электрон. дан. - URL: <https://vk.com/club9792050?w=address-9792050> (Дата обращения 20.01.2020)

Помощь животным в г. Иркутске [Электронный ресурс] // «ВКонтакте» - Электрон. дан. - URL:

Development and promotion of the Pet Care online platform

© Bogatyreva I., Eremiy A., 2020

The problem of abandoned and lost animals is currently very relevant, based on the number of social groups that call for help, as well as veterinary clinics that cannot cope with a large flow of abandoned animals. This led to the creation of an online information platform «Pet Care», which will help solve current problems.

Keywords: information platform, social support, homeless animals

УДК 338.3

АНАЛИЗ СИСТЕМЫ РИСКОВ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

© Ведерникова А. Н., Самойлова А. С., 2020

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье дано определение понятию «риск» в контексте риск-менеджмента и разработки проектов, определена сущность инвестиционных рисков, рассмотрены типовые риски, характерные для инвестиционных проектов в целом. Выявлены специфические риски проектов в Иркутской области и проведен их анализ, на его основе сделан вывод о наиболее возможных рисках, которые важно учитывать при разработке бизнес-плана инвестиционного проекта.

Ключевые слова: риски, инвестиционные проекты, инвестиционные риски, система рисков, Иркутская область, моногорода

Для любой отрасли и любого масштаба бизнеса на современном этапе развития экономики в России и за рубежом, риск-менеджмент является инструментом поддержки функционирования бизнеса, повышения конкурентоспособности и обеспечения его устойчивого развития, что особенно важно при рассмотрении инвестиционных проектов.

В основе любых рисков для компании лежит неопределенность, которая, согласно определению, трактуется как «состояние нехватки информации о текущей ситуации или о том, как будут развиваться события в дальнейшем» [2], она отражает все разнообразие будущего развития ситуации и неопределенность исхода принятых решений.

Риски можно рассматривать как следствие неопределенности. Их сущность отражается в возможности отклонения предполагаемой цели, вероятности достижения желаемого результата, возможности материальных, финансовых, временных и других потерь, связанных с реализацией проекта. Поскольку результаты инвестиционных проектов трудно поддаются прогнозированию они должны выполняться с учетом возможных рисков. Инвестиционный риск представляет вероятность ухудшения запланированных показателей эффективности,

выражающуюся в возможном отсутствии доходов по инвестиционному проекту или их значительном сокращении, как правило, числовыми показателями при оценке риска являются: внутренняя норма доходности (IRR), срок окупаемости (PB) и чистая приведенная стоимость (NPV).

На реализацию инвестиционных проектов оказывает влияние совокупность различных факторов: внутренних и внешних, это предопределяет наличие в такого рода проектах определенных рисков. Принятой классификации инвестиционных рисков на сегодняшний день нет, поэтому принято выделять внешние (связанные непосредственно с волатильностью среды, характеризующие рыночный риск) и внутренние (характерные для конкретного инвестиционного проекта, компании или отрасли), помимо этого существуют инвестиционные риски, которые квалифицируются по своей природе возникновения: технико-технологические, маркетинговые, финансовые, юридическо-правовые, управленческо-организационные, социальные, экологические и политические (рис. 1). Один и тот же риск может относиться одновременно к нескольким категориям, но это лишь преимущество классификации, так можно снизить вероятность возможной потери в случае наступления риска.

Вид рисков	Характеристика
Технико-технологические	Риски, связанные непосредственно с ошибками или сложностями в технологии производства, складировании, хранении, используемых материалах, логистике.
Маркетинговые	Недооценка объема спроса, неверно выбранная маркетинговая стратегия, неверное таргетирование рынка и поиск целевой аудитории, не полное понимание потребностей покупателей, переоценка их платежеспособности.
Финансовые	Задержки или ошибки финансирования, неверное финансовое планирование, изменение условий финансирования, нехватка средств.
Юридическо-правовые	Изменения законодательства, риски, связанные с разрешительно-лицензионной системой, отсутствие поддержки со стороны правительства.
Управленческо-организационные	Неверное управление персоналом, риски, связанные с ошибками в системе мотивации, с неэффективной организационной структурой.
Социальные	Конфликты внутри коллектива, опасность оппортунистического поведения, забастовки, ошибки при выборе исполнителей для реализации проекта.
Экологические	Связаны с соблюдением законодательства, получении необходимых разрешений, а также это риски, возникающие на почве опасности аварий, катаклизмов.
Политические риски	Санкции, разрыв экономических отношений со странами-партнерами проекта.

Рис. 1. Классификация инвестиционных рисков по природе их возникновения [1]

Развитие инвестиционного проекта проходит через определенные стадии, поэтому помимо перечисленных видов риски также могут быть постоянными (на всем жизненном цикле проекта) и периодическими (проявляющимися на одной из стадий цикла), сезонность, присущая специфике отрасли, в которой будет реализован инвестиционный проект, схожим образом может стать причиной возникновения дополнительных рисков. Некоторые виды риска невозможно полностью исключить из бизнес-плана, поэтому их следует брать на себя, при этом снизив их уровень до допустимого (минимальная доходность, временная финансовая стагнация), в то время, как для рисков с критическим и катастрофическим уровнем (финансовая неустойчивость, убыточность проекта) следует разрабатывать меры по минимизации рисков.

Помимо типовых рисков имеются свои специфические риски (отраслевые и региональные), которые подразумевают все возможные специфические угрозы отрасли проекта и территории его реализации. Для инвестиционных проектов Иркутской области свои особенности имеют экологические и технико-технические риски, их особенно важно учитывать при разработке бизнес-планов для проектов, так как предпосылки для разработки и реализации инвестиционных проектов на этой территории есть.

В Иркутской области к моногородам по программе «Комплексное развитие моногородов Иркутской области 2018–2025» относятся Байкальск, Шелехов, Тулун, Черемхово, Саянск, Усолье-Сибирское, Железногорск-Илимский и Усть-Илимск, из которых Байкальск и Шелехов

входят в группу с наиболее сложным социально-экономическим положением, Тулун, Черемхово, Саянск и Усолье-Сибирское — в группу моногородов, в которых есть риски ухудшения социально-экономического положения, остальные муниципалитеты входят в группу со стабильной социально-экономической обстановкой, это говорит о том, что для инвестиционных проектов для этих городов особую актуальность приобретают экономические и социальные риски помимо всех прочих [5]. При этом в целях данной программы указан ожидаемый объем инвестиций в размере 20,5 млрд. руб. к концу 2020 года как следствие повышения инвестиционной привлекательности моногородов [4], к тому же за 2019 год население таких городов области как Иркутск и Шелехов выросло на 5 % и 3 % соответственно, все это значительно влияет на создание благоприятного климата для инвестиционных проектов.

Одним из таких специфических рисков для Иркутской области является сейсмическая активность, связано это с тем, что территория области входит в Монголо-Байкальский пояс активного проявления землетрясений, где каждые три часа датчики фиксируют одно землетрясение, по данным Байкальского филиала Единой геофизической службы Российской академии наук (БФ ФИЦ ЕГС РАН), были проанализированы данные за период с 2016 по 2019, сделан вывод о том, что каждый год на территории Иркутской области в среднем происходит в среднем 135 землетрясений, при чем ежемесячно в среднем сейсмическая активность происходит 11 раз в месяц при минимуме 4 раза в месяц и при максимуме 32 раза

в месяц (рис. 2), средний балл таких землетрясений составляет 3 балла по шкале MSC-64 [6].

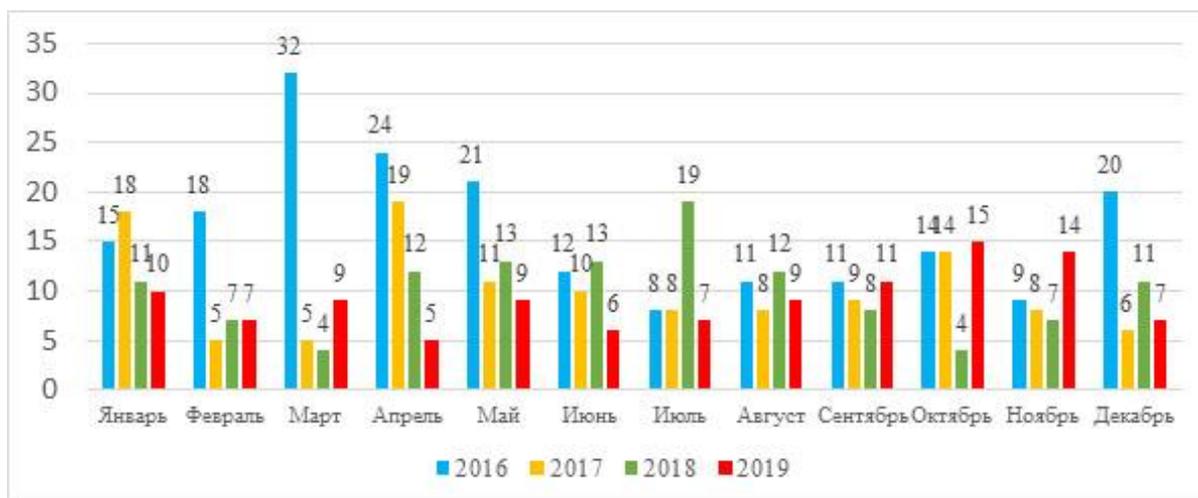


Рис. 2. Графический анализ сейсмологической активности в период с 2016 по 2019 года на территории Иркутской области [6]

Другим специфическим сезонным (апрель–октябрь) экологическим риском, характерным для Иркутской области, являются лесные пожары, с 2011 года Иркутская область входит в список самых пожароопасных районов России. 137 очагов было зафиксировано за сезон 2019 года, по данным федеральной авиалесоохраны, Иркутская область была первой по площади лесных пожаров среди других регионов в 2019 году, за период 2018 года — 631 очаг на площади 74 тыс. га, в 2017 году — 1061 очаг на площади 235 тыс. га. Стоит учитывать этот риск при разработке бизнес-плана проекта, ежегодный ввод режима ЧС на всей территории Иркутской области может оказать влияние на реализацию проекта, особенно если это предполагает его специфика.

Также сезонным (конец июня — начало июля) специфическим риском в Иркутской области

является наводнение, которое может быть паводковым (как результат осадков выше нормы), заторным (в результате формирования и разрушения ледового покрова на реках), в среднем за период с 2016 по 2019 год среднегодовой ущерб от наводнений составил 40 млрд. руб., при этом в 35 млрд. руб. был оценен ущерб в 2019 году. Наибольший ущерб наносят именно паводковые наводнения, имеют высокую повторяемость и их сложно спрогнозировать, так, например, от разлива рек Иркут, Кая и Олха может пострадать не только Иркутск, но и Шелехов, который находится в долине рек Иркут и Олха, была дана характеристика интенсивности наводнений по районам Иркутской области по сезонности их возникновения: весна и лето (рис. 3).

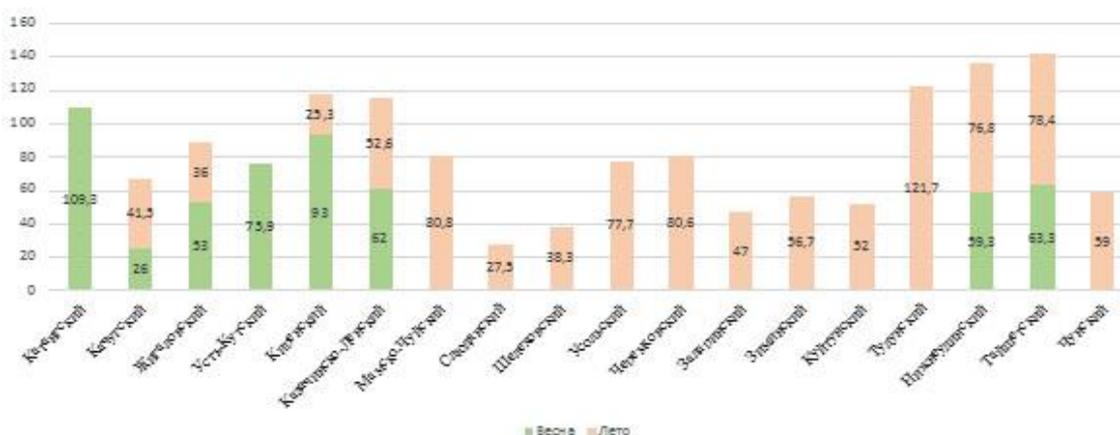


Рис. 3. Суммарная характеристика интенсивности наводнений в Иркутской области с 2016 по 2019 год [4]

Районами с преимущественно весенними наводнениями являются: Катангский, Усть-Кутский, Киренский, Казачинско-Ленский районы, с

наводнениями, часто встречающимися летом: Усольский, Черемховский, Зиминский, Куйтунский, Тулунский, Нижнеудинский, Тайшетский и

Чунский районы. На этом основании можно сделать вывод о наличии рисков для любого конкретного инвестиционного проекта в данных районах, дать характеристику их сезонности и вероятности наступления.

Перепады температур в Иркутской области тоже могут значительно повлиять на реализацию инвестиционных проектов, связано это с континентальным климатом, максимальный перепад температуры воздуха составляет 80 градусов (годовое значение) и 30 градусов (суточное

значение), при этом самая высокая температура летом была +38 градусов (23 июля 2002 года), а самая низкая температура зимой отмечена минус 48,3 градуса (17 февраля 2009 года), самый теплый месяц — июль, самый холодный — январь, при анализе климата в Иркутской области акцент также стоит сделать и на осадках: самый засушливый месяц — февраль (9 мм. осадков), при этом большая часть осадков выпадает в июле (в среднем 113 мм осадков) (рис. 4) [7].

	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
Средняя температура (°C)	-19,3	-16,6	-7,6	1,9	9,5	15,3	17,8	15,6	9,1	1,1	-9,6	-16,5
Мин температура (°C)	-24,1	-22,8	-14,2	-4,1	2,3	8,2	11,6	9,7	3	-4,1	-14,3	-20,9
Мак температура (°C)	-14,4	-10,3	-0,9	7,9	16,8	22,4	24,1	21,6	15,2	6,4	-4,8	-12
Норма осадков (мм.)	12	9	12	20	32	68	113	90	56	27	22	19

Рис.4. Климатический график Иркутской области [7]

Таким образом, если инвестиционный проект подразумевает использование специального оборудования, технологий или продуктов, логистических путей, организации сезонных дорожных работ, на которые может оказать влияние такая температурная разница или осадки на данной территории, то этот риск безусловно стоит учитывать в бизнес-плане.

Среди технико-технологических рисков присутствуют специфические риски для Иркутской области: сбой в энергосистеме, отключение воды, аварии на подстанции, закрытие дорог, ремонтные

работы. Так, был проведен анализ технологических нарушений на объектах ЖКХ в Иркутской области с 2016 по 2019 год, по итогам которого выявлена тенденция к увеличению нарушений, а значит и к росту вероятности реализации рисков, связанных с технологическими нарушениями ЖКХ, при увеличении аварий на объектах сохраняется такое соотношение, при котором 90 % аварий происходит с остановкой или отказом работы менее чем на 36 часов и 10 % аварий происходит с прекращением работы более чем на 36 часов (рис. 5) [3].

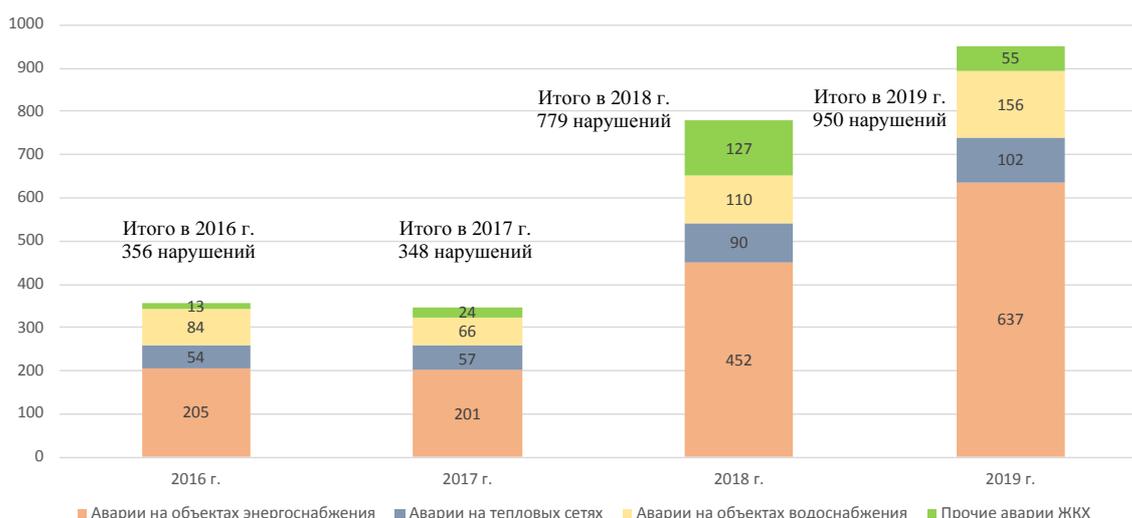


Рис. 5. Динамика аварийности на различных объектах ЖКХ в Иркутской области с 2016 по 2019 года [3]

Результатом перечисленных технико-технологических рисков может стать простой оборудования, дополнительные технические

нарушения в оборудовании и используемой технологии на производстве, задержка логистических поставок на неопределенное время,

потеря времени, дополнительные расходы, снижение показателей и, как результат, снижение эффективности проекта в целом, поэтому при разработке бизнес-плана необходимо проводить анализ степени влияния выявленных рисков на конкретный проект с учетом территории его реализации, анализ их вероятности также с учетом территориально-географических условий проекта.

Также проведенный анализ системы рисков инвестиционного проекта подчеркивает обязательность разработки мер по управлению рисками и мероприятий по минимизации потерь в случае их реализации, в случае с перечисленными специфическими для Иркутской области экологическими и технико-технологическими рисками актуальны такие методы управления, как уклонение (если реализации риска можно избежать), снижение (часть рисков можно снизить определенными усилиями), принятие (некоторые риски находятся вне зоны управления), передача (риски также могут быть переданы третьему лицу). ■

1. Никонов В. Управление рисками. Как больше зарабатывать и меньше терять / Валентин Никонов. - М.: Альпина Паблишер, 2014. – 283 с.

2. Кочешков А. Классификация рисков инвестиционных проектов [Электронный ресурс] // Практический журнал по управлению финансами компании – URL: <https://www.fd.ru/articles/157967-qqq-16-m7-06-07-2016-klassifikatsiya-riskov-investitsionnyh-proektov> (Дата обращения: 28.01.2020)

3. Отчет о деятельности МЧС России за 2019 год [Электронный ресурс] // Официальный сайт МЧС России – URL: <https://www.mchs.gov.ru/deyatelnost/itogi-deyatelnosti-mchs-rossii/2019> (Дата обращения: 29.01.2020)

4. Отчет о деятельности Министерства жилищной политики, энергетики и транспорта Иркутской области за 2019 год [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства жилищной политики, энергетики и транспорта Иркутской области – URL: <https://irkobl.ru/sites/gkh/> (Дата обращения: 29.01.2020)

5. Паспорт программы «Комплексное развитие моногородов Иркутской области» от 17 сентября 2018 г. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства экономического развития Иркутской области URL: https://irkobl.ru/sites/economy/prostranstvennoe-razvitiemonogoroda/pasport_prog_2018.pdf (Дата обращения: 28 января 2020)

6. Сайт климатических данных по всему миру [Электронный ресурс] // Официальный сайт – URL: <https://ru.climate-data.org> (Дата обращения: 28.01.2020)

7. Отчет о деятельности Министерства жилищной политики, энергетики и транспорта Иркутской области за 2019 год [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства жилищной политики, энергетики и транспорта Иркутской области – URL: <https://irkobl.ru/sites/gkh/> (Дата обращения: 29.01.2020)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Кочешков А. Классификация рисков инвестиционных проектов [Электронный ресурс] // Практический журнал по управлению финансами компании – URL: <https://www.fd.ru/articles/157967-qqq-16-m7-06-07-2016-klassifikatsiya-riskov-investitsionnyh-proektov> (Дата обращения: 28.01.2020)

Никонов, Валентин Управление рисками. Как больше зарабатывать и меньше терять / Валентин Никонов. - М.: Альпина Паблишер, 2014. – 283 с.

Отчет о деятельности Министерства жилищной политики, энергетики и транспорта Иркутской области за 2019 год [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства жилищной политики, энергетики и транспорта Иркутской области – URL: <https://irkobl.ru/sites/gkh/> (Дата обращения: 29.01.2020)

Отчет о деятельности МЧС России за 2019 год [Электронный ресурс] // Официальный сайт МЧС России – URL: <https://www.mchs.gov.ru/deyatelnost/itogi-deyatelnosti-mchs-rossii/2019> (Дата обращения: 29.01.2020)

Паспорт программы «Комплексное развитие моногородов Иркутской области» от 17 сентября 2018 г. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства экономического развития Иркутской области URL: https://irkobl.ru/sites/economy/prostranstvennoe-razvitiemonogoroda/pasport_prog_2018.pdf (Дата обращения: 28 января 2020)

Сайт Байкальского филиала Единой геофизической службы Российской академии наук (БФ ФИЦ ЕГС РАН) [Электронный ресурс] // Официальный сайт БФ ФИЦ ЕГС РАН – URL: <http://seis-bykl.ru/> (дата обращения: 28.01.2020)

Сайт климатических данных по всему миру [Электронный ресурс] // Официальный сайт – URL: <https://ru.climate-data.org> (Дата обращения: 28.01.2020)

Analysis of the risk system of investment projects of the Irkutsk region

© Vedernikova A., Samoilova A., 2020

This article defines the concept of «risk» in the context of risk management and project development, identifies the nature of investment risks, and examines typical risks specific to investment projects as a whole. Specific risks of projects in the Irkutsk region were identified and their analysis was carried out, on the basis of which it was concluded that the most possible risks are important to consider when developing a business plan for an investment project.

Keywords: risks, investment projects, investment risks, risk system, Irkutsk region, one-industry town

СТОЛКНОВЕНИЕ КЛИПОВОГО И ПОНЯТИЙНОГО МЫШЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ В БИЗНЕС-КОНТЕКСТЕ© **Вокина А. Н., Юдалевич Н. В., 2020**

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье рассматривается феномен столкновения двух типов мышления — понятийного и клипового — в контексте современного бизнеса. Анализируются свойства, выявляются преимущества и недостатки каждого из типов мышления, делается вывод о том, для бизнесменов какого уровня какой тип больше подходит и в чем состоят угрозы управления бизнесом людьми с несоответствующим типом мышления.

Ключевые слова: клиповое мышление, понятийное мышление, мышление, бизнес, управление компанией

Учёные всё чаще говорят о том, что в основе успеха одних людей и неудач других лежит их способ мышления. Под мышлением понимается процесс мыслительной деятельности человека, высшая форма его творческой активности.

Классификация мышления идет по разным основаниям. Чаще всего используется деление на теоретическое и практическое мышление по характеру решаемых задач. По степени развернутости оно может быть дискурсивным и интуитивным, а по оригинальности выделяют репродуктивное и продуктивное мышление [1].

И если прошлый век был веком мышления понятийного, то в нынешнем веке преобладает мышление клиповое.

Английское слово «clip» переводится на русский как «кусочек», «фрагмент», «вставка». в XXI веке активно развивается новый вид мышления — мышление клиповое [2]. Впервые ввел в оборот понятие «клиповая культура» Тоффлер Э.. Мыслить «клипово» означает мыслить быстро, «фрагментарно», вне законов логики, не тратя время на установление причинно-следственных связей ради получения целостной, внутренне непротиворечивой картины окружающей действительности.

Особенности клипового мышления подробно проанализированы современными философами, психологами, культурологами, в целом оценивающими его как феномен скорее негативный (хоть и естественный), не способствующий глубокому, творческому постижению окружающего мира, подменяющий умение размышлять, обобщать и анализировать умением быстро ориентироваться в конкретной ситуации [3; 6; 7].

Суть клипового мышления в том, чтобы находить ответы на вызовы окружающей среды в максимально короткое время. А поскольку скорость смены событий в наше время стремительно растёт, извлечь из них смыслы становится практически невозможно. Известный российский философ Гиренок Ф. И. считает, что даже наша речь становится тормозом для развития человечества: язык «борется» с сознанием. Быстро мыслить можно лишь визуально, с помощью образов [9].

Пространство, в котором становится востребовано и формируется клиповое мышление, — это пространство стресса, аврала, поэтому человек с понятийным складом ума «выпадает» из него. Он, конечно, выполнит задание хорошо и основательно, но на это у него уйдёт слишком много времени, и поэтому не факт, что результат всё ещё будет актуален. Человек с клиповым мышлением, не углубившись в тему, не поняв её до конца, рискует ошибиться, но если интуиция его не подведёт, то победа будет за ним.

Одна из манипулятивных технологий, во многом обязанная своим появлением сформировавшемуся у людей информационной эпохи клиповому мышлению, product placement (по-русски её называют «скрытая реклама»). Эта технология предполагает использование логотипов торговых марок в фильмах, телесериалах, книгах, когда, например, при просмотре кинофильма зритель получает завуалированное рекламное сообщение [5]. Показательно, что люди старшего возраста, обладающие системным мышлением, чаще всего негативно относятся к такому типу продвижения продукции, в то время как молодёжь относится к product placement гораздо лояльнее. По данным исследования рекрутингового портала Superjob.ru, более 40 % россиян воспринимают product placement нейтрально или положительно, что свидетельствует о распространении клипового мышления и игрового восприятия реальности [5].

Люди, обладающие клиповым мышлением обычно с лёгкостью и быстро переключаются с одного фрагмента информации на другой, не теряя при этом «ориентации в пространстве» и не тратя на это слишком много сил. При этом основным свойством этого типа мышления является способность обрабатывать информацию с большой скоростью. Другой положительной особенностью является быстрое восприятие образной, то есть не текстовой информации, то есть обработка изображений идет гораздо быстрее, чем обработка текста.

Но при любых положительных свойствах явления всегда необходимо учитывать и отрицательные. К ним, в частности, относится неспособность людей с клиповым мышлением

воспринимать длинные линейные тексты, то есть однородную информацию сколько-нибудь большого объёма, в частности, книг [4].

В своих качествах клиповое мышление полностью противоположно мышлению понятийному. Понятийным мышлением считается такой вид мышления, при котором индивид оперирует понятиями, выявляет логические связи, делает выводы, следующие из последовательности фактов. При этом понятийное мышление работает на базе текстов и устной речи. Развитие понятийного мышления основано на закономерном использовании понятий и логических конструкций. Такая способность позволяет собирать, анализировать, сравнивать и систематизировать информацию, полученную в ходе деятельности.

Люди, обладающие понятийным мышлением, способны к «восприятию длительной линейной последовательности однородной и одностильной информации». Они с лёгкостью и удовольствием способны погрузиться в большой объём информации, дабы в последствии сформировать качественный аналитический обзор и сделать глубокие и качественные выводы. Однако, это происходит довольно медленно из-за линейного восприятия информации и последовательного ее осмысления

Клиповое мышление — это новое и современное явление, а понятийное мышление имеет многовековую историю развития.

В отличие от людей с понятийным мышлением, люди, обладающие мышлением клиповым, не задерживаются надолго на одном информационном объекте, а, образно выражаясь, словно бабочка «перелетают с цветка на цветок», потребляя то основное, что им нужно для формирования представления об предмете изучения.

Как уже говорилось выше, у каждого явления есть две стороны. Рассмотрим сначала негативные свойства клипового мышления:

- при клиповом мышлении окружающий мир не складывается в единую картину, человек будто теряется в окружающей действительности;
- при клиповом мышлении происходит упрощение и, следовательно, снижается глубина усвоения материала;
- у людей с клиповым мышлением теряется способность к анализу и выстраиванию длинных логических цепочек;
- потребление информации становится подобным поеданию fast-food'a, что, несомненно, снижает качество восприятия;
- люди с клиповым мышлением превращают любые виды текстов в практические пособия к действию;
- клиповое мышление также приводит к рассеянности и в тоже время к гиперактивности

Рассмотрим позитивные свойства клипового мышления:

- клиповое мышление используется как защитная реакция организма на информационную перегрузку;
- клиповое мышление ускоряет познавательную деятельность;
- клиповое мышление отфильтровывает наиболее важную информацию на данный момент;
- для людей с клиповым мышлением менее характерно «застывание» в психологически трудных чувствах, переживаниях, ситуациях;
- у людей с клиповым мышлением существенно возрастает способность к многозадачности [9].

Рассматривая клиповое мышление в бизнесе, можно сказать о том, что человек с подобным типом мышления вряд ли создаст что-то новое. Характер клипового мышления — стандартная схема бизнес-модели (например, «купи-продай»), это быстрое реагирование на один определенный объект. Можно выделить определенные модели поведения людей с клиповым мышлением: познанием «верхов» информации, яркая картинка, сопровождающаяся текстом. Предприниматель с клиповым мышлением найдет товар, который можно перепродать, закажет рекламу, не вникая особо в то, как работает сам рекламный механизм, так как ему будет важен результат, а не процесс.

Бизнесмен с клиповым мышлением работает со сменяющимися друг друга образами. При этом у него практически не задействован мыслительный механизм, который человеку с понятийным мышлением позволяет анализировать увиденное и синтезировать что-то новое, то есть, у него не задействована аналитико-синтетическая деятельность мозга. В этом случае нарушается последовательность обработки и хранения осознанной информации в память. Раз нет осмысления, оценки и обработки информации, не происходит формирование отношения к воспринимаемой сенсорными системами человека информации.

Следует отметить, что при этом изменяются потребности человека и его мотивация к действию. При таком поверхностном восприятии, которое дает клиповое мышление, у человека не формируются духовные качества и не обогащается сфера чувств [8].

Существует мнение, что в сфере бизнеса клиповое мышление свойственно людям успешным, способным быстро переключаться между задачами, делать мгновенные выводы, формировать суждения, принимать решения. Несомненно всё это важные для бизнесмена качества. Но отсутствие понимания глубинных процессов и закономерностей рано или поздно приводят к краху и фатальным ошибкам.

Есть мнение, что люди с клиповым мышлением могут быть эффективными руководителями среднего и высшего звена, ибо им необходимо быстро воспринимать результаты деятельности организации и тотчас же принимать решения,

основываясь на результатах и общей картине. Считается, что для принятия таких решений нет необходимости обладать системным мышлением, к которому способны люди с понятийным мышлением, им лишь необходимо «уметь выхватывать стратегически важные фрагменты информационной картины» [6].

Но не вникая в суть результатов, участники бизнес-процесса рискуют сделать разные и при этом неверные выводы, что повлечет за собой несогласованность действий, нарушение графиков работ, соглашений, и даже нарушит логику ведения бизнеса. Вот почему в любом бизнесе очень важны люди, обладающие понятийным мышлением, способные к анализу бизнес-процессов и к синтезу идей его успешного продолжения.

Людам с понятийным мышлением свойственно углубляться в информацию, разобраться, почему это так работает. В бизнесе человек с понятийным мышлением будет углубляться в психику людей, пытаться понять, что именно хотят люди, что нужно потребителю. У человека с понятийным мышлением намного больше шансов создать уникальный, доселе невиданный продукт, который действительно займет свою нишу на бизнес-рынке и будет интересен и потребляем.

Таким образом, сравнивая два типа мышления — клиповое и понятийное — можно сказать о том, что в бизнес сфере люди с понятийным мышлением могут разбираться в большом количестве информации, понимая структуру его создания. Однако, люди данного типа мышления долго изучают все необходимые им потоки информации, долго обдумывают и запускают свой продукт. В этом плане выигрывают люди с клиповым типом мышления, которые достаточно быстро охватывают какие-либо фрагменты информации, особо не вникая в суть и за короткий промежуток времени запускают свой готовый продукт [10].

В качестве примера можно привести бизнес такого типа, как интернет-магазин по продаже одежды. Человек с понятийным мышлением выстраивает изначально некую систему, в которой все взаимодействует друг с другом, находит нишу потребителей (например, беременные девушки 25–35 лет), выявляет, что именно интересно потенциальным покупателям, ищет надежных поставщиков, анализирует рынок конкурентов, настраивает таргетированную рекламу, которая нацелена на определённую аудиторию и геолокацию, то есть исследует все возможные источники информации, анализируя их и выводя для себя наиболее выгодный путь продвижения. Человек с клиповым мышлением создаст страницу магазина, закупит товар, рекламу, не вникая в то, каким должен быть его магазин, чтобы привлечь покупателя, что необходимо его потребителю и что он может ему дать, как выстраивать рекламу, чтобы она работала на него и приводила покупателей [5].

Современный бизнес построен скорее на клиповом мышлении. Несмотря на все достижения технического прогресса, нельзя отрицать, что искусственный интеллект изменил все сферы человеческой жизни, так как даже элементарный поход в магазин ограничивается посещением нужного сайта, который сам найдет необходимые рекомендации для потребителя. Исходя из вышесказанного, следует, что для получения наибольшей выгоды современный предприниматель будет использовать все слабости покупателя, в том числе и сознание, которым очень легко управлять из-за присущего ему клипового мышления. Яркая короткая реклама, привлекающие внимание слоганы, медийные личности, сделавшие бренд на своем имени.

Человек с клиповым мышлением быстрее найдёт нужную информацию, легче ориентируется в опасной ситуации, но только человек, владеющий понятийным способом мышления, сможет понять, почему это вообще произошло и что нужно сделать, чтобы в будущем подобного не случилось. Человек с клиповым мышлением может легко приспособиться к современному миру, но познать законы бизнеса способен только тот, кто оперирует понятийным мышлением.

Таким образом, клиповое мышление в отличие от понятийного, которое базируется на понятийных и логических конструкциях, работает с элементарными логическими взаимосвязями и быстрой сменой предметов мышления человека. Люди с понятийным мышлением в сфере бизнеса способны создавать действительно уникальные продукты, однако, на это уходит достаточно много времени. Для людей с клиповым мышлением свойственно повторение чужих идей, решения они принимают однотипные и стандартные, однако, люди с таким типом мышления очень быстро ориентируются в информации. ■

1. Творогова Н. Д. Общая и социальная психология [Электронный ресурс] // URL: <https://psyera.ru/4939/klklassifikaciya-tipov-myshleniya> (Дата обращения: 26.03.2020)

2. Азаренок, Н. В. Клиповое сознание и его влияние на психологию человека в современном мире [Текст] / Н. В. Азаренок. - М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009

3. Галаганова С. Г. О потенциале российской «мягкой власти» [Текст] // роль технологий «мягкой силы» в информационном, ценностно-мировоззренческом и цивилизационном противоборстве. М.: Экон-информ, 2016. - С. 239–244

4. Гиренок Ф. И. Клиповое сознание [Текст] / Ф. И. Гиренок. - М.: Проспект, 2016. - 256 с.

5. Гриценко И. А. Клиповое мышление – новый этап развития человечества [Текст] // Ученые записки Российского государственного социального университета. 2012. - № 4 (104). - С. 71–74.

6. Доука С. В. Клиповое мышление как феномен информационного общества [Текст] // *Общественные науки и современность*. 2013. - № 2. - С. 169–176.

7. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием [Текст] / С. Г. Кара-Мурза. - М., Эксмо, 2012. - 864 с.

8. Козлова О. Н. Манипуляция сознанием и субъектность в XXI веке [Текст] / О. Н. Козлова. - *Вестник РГГУ*. 2010. - № 3.

9. Семеновских Т. В. «Клиповое мышление» – феномен современности [Электронный ресурс] / Оптимальные коммуникации: эпистемический ресурс Академии медиаиндустрии и кафедры теории и практики общественной связности РГГУ. URL: <http://jarki.ru/wpress/2013/02/18/3208/> (дата обращения: 27.03.2020)

10. Холодная М. А. Психология понятийного мышления: от концептуальных структур к понятийным способностям [Текст]: монография. - Москва: Институт психологии РАН, 2012. - 288 с.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Азаренок, Н. В. Клиповое сознание и его влияние на психологию человека в современном мире [Текст] / Н. В. Азаренок. - М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009

Галаганова С. Г. О потенциале российской «мягкой власти» [Текст] // роль технологий «мягкой силы» в информационном, ценностно-мировоззренческом и цивилизационном противоборстве. М.: Экон-информ, 2016. - С. 239–244

Гиренок Ф. И. Клиповое сознание [Текст] / Ф. И. Гиренок. - М.: Проспект, 2016. - 256 с.

Гриценко И. А. Клиповое мышление – новый этап развития человечества [Текст] // *Ученые записки Российского государственного социального университета*. 2012. - № 4 (104). - С. 71–74.

Доука С. В. Клиповое мышление как феномен информационного общества [Текст] //

Общественные науки и современность. 2013. - № 2. - С. 169–176.

Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием [Текст] / С. Г. Кара-Мурза. - М., Эксмо, 2012. - 864 с.

Козлова О. Н. Манипуляция сознанием и субъектность в XXI веке [Текст] / О. Н. Козлова. - *Вестник РГГУ*. 2010. - № 3.

Семеновских Т. В. «Клиповое мышление» – феномен современности [Электронный ресурс] / Оптимальные коммуникации: эпистемический ресурс Академии медиаиндустрии и кафедры теории и практики общественной связности РГГУ. URL: <http://jarki.ru/wpress/2013/02/18/3208/> (дата обращения: 27.03.2020)

Творогова Н. Д. Общая и социальная психология [Электронный ресурс] // - URL: <https://psyera.ru/4939/klassifikaciya-tipov-myshleniya> (Дата обращения: 26.03.2020)

Холодная М. А. Психология понятийного мышления: от концептуальных структур к понятийным способностям [Текст]: монография. - Москва: Институт психологии РАН, 2012. - 288 с.

Conflict of clip and conceptual thinking in a business context today

© Vokina A., Iudalevich N., 2020

The article explores the phenomenon of the collision of two types of thinking — conceptual and clip — in the context of modern business. Analyzing the various features, we identify the advantages and disadvantages of each type of thinking and make the conclusion about the most appropriate type for the managers at different levels. In addition, the article discusses the pitfalls of managing by a person with irrelevant thinking concept.

Keywords: clip thinking, conceptual thinking, thinking, business, company management

УДК 338.24

«СОЗДАЁМ КОМАНДУ» — ТЕХНОЛОГИЯ УЛУЧШЕНИЯ КОМАНДНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

© Волкова М. Г., 2020

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Данная статья обобщает результаты внедрения инструмента диагностики командной вовлеченности и улучшения командного взаимодействия. В основу технологии легли ТОП-факторы высокоэффективной команды, сформулированные Патриком Ленсиони «Пять пороков команды». С помощью этой технологии легко начать диалог с любым членом своей команды, увидеть все «зоны роста». Работа над улучшением командного взаимодействия начинается в процесс первого индивидуального диалога. Далее, работа над необходимыми изменениями продолжается в командных сессиях.

Ключевые слова: команда, вовлеченность, взаимодействие, бизнес-коммуникации, диалог, сотрудник

Изданы сотни книг, проведены десятки исследований по поводу того как вовлеченность сотрудников влияет на бизнес и на ключевые показатели эффективности.

Сегодня абсолютно все понимают, что вовлеченный сотрудник будет работать на максимуме возможностей, принося огромную пользу себе и компании, он приведет больше клиентов, сделает большие продажи. Он не уйдет с

работы в 6 часов вечера. Он останется помогать коллегам.

И вовлеченность всегда связана со словом «МЫ».

То есть невозможно иметь отдельно взятых вовлеченных сотрудников, можно иметь вовлеченную команду!

Все больше компаний заказывают исследования вовлеченности персонала, замеры морально-психологического климата. Но не все из них используют результаты исследований для изменения ситуации. То есть, многие компании проводили опросы и анкетирование сотрудников, обрабатывали результаты, формировали отчеты, и дальше ничего не происходило. По мнению автора, люди либо давали социально ожидаемые ответы, и тогда, заказчик просто говорил – «Ну, я и так все это знаю». Либо сотрудники предлагали такое «волшебство», что заказчику не «под силу» было реализовать.

Учитывая текущую ситуацию с все возрастающей потребностью компаний по «улучшению здоровья» в команде, автором был разработан и протестирован оригинальный инструмент диагностики командной вовлеченности. Данный инструмент лег в основу авторской технологии улучшения командного взаимодействия под названием «Создаем команду».

Идея базируется на ТОП-факторах высокоэффективной команды, сформулированные Патриком Ленсиони в его книге «Пять пороков команды» [1].

Суть книги заключается в том, что без постоянной работы с командой даже лучшие коллективы подвержены характерным порокам команды. Есть риск появления недоверия, боязни конфликта, безответственности, нетребовательности и безразличия к результатам.



Рис. 1. Модель пяти пороков

Наличие вышеперечисленных факторов мешают компаниям наладить командную работу, и, если присутствует хотя бы один фактор, это может привести к гибели всей бизнес-идеи.

Это подобно цепочке, которая рвется из-за одного слабого звена, команда может погибнуть из-за одного единственного порока.

И, если рассматривать с точки зрения, а какой бы хотелось видеть команду, то в полную противоположность «Пяти порокам» становится модель «Пять добродетелей команды». Такие добродетели как доверие, открытость, ответственность, заинтересованность, нацеленность на результат, делают коллектив КОМАНДОЙ.

Модель пяти добродетелей

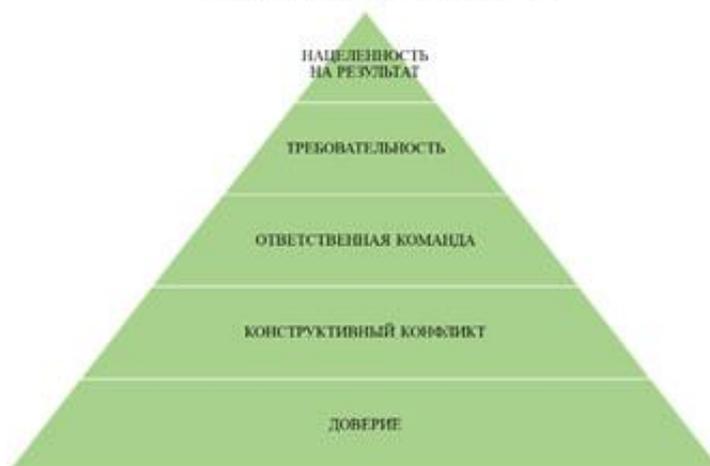


Рис. 2. Модель пяти добродетелей

В основу технологии автора «Создаем команду», был положен инструмент диагностики командной вовлеченности «Диалог 3D» — диалог по трем темам (направлениям), проводимый с каждым ТОП-менеджером, линейным руководителем, сотрудником.

Для этого был изготовлен набор из 15-ти карточек, где на серой стороне каждой карточки написаны признаки одного из «порока» команды, на другой зеленой стороне написаны признаки «добродетели» команды в противоположность соответствующему пороку.

Далее в процессе «Диалога 1D» (Done), сотруднику предлагается оценить существующее положение дел, выбрав одну из сторон каждой карточки, серую или зеленую. Это, по сути, и является диагностикой восприимчивости команды к каждому из пяти порокам. И то, что у данного инструмента диагностики нет половинчатых решений, а есть яркий «плюс» и яркий «минус», это помогает делать осознанный выбор и делать его очень быстро.

Инструмент «Диалог 3D»



Рис. 3. Выбор: порок или добродетель

Например, у карточки, у которой на «серой» стороне написано проявление порока «Недоверие»: «Члены нашей команды никогда не признают свои ошибки, скорее, скрывают их», то на обратной ее стороне написано проявление добродетели «Доверие»: «Члены нашей команды открыто признают свои слабости и ошибки».

Когда какие-то карты попадают в «серую зону», есть повод задуматься, есть повод порассуждать. А как бы хотелось? Что будет еще возможно, если

ситуация будет такая, как она описана на зеленой стороне карты?

И это уже «Диалог 2D» (Dream)! Диалог, в ходе которого формируется позитивное видение счастливого будущего команды.

После того, как сотрудник сделал выбор карты и описал желаемую ей противоположность, наступает время «Диалога 3D» (Do). Что же сотрудник может сделать такого, в том числе для себя, что позволит переломить ситуацию и перевести контекст из «серого» цвета в «зеленый» цвет?

Таким образом, создав эту технологию, автор статьи изменил привычный подход к диагностике существующего положения в команде, сделав опрос аудиальным, визуальным, и тактильным. Кроме этого, технология позволяет работать над улучшением командного взаимодействия с первых минут диалога с сотрудником. Карточки, это

изящный способ начать конструктивный диалог с командой.

Инструмент «Диалог 3D» был протестирован автором статьи в ООО «БайкалСтройТэк» в марте 2020 года в ходе индивидуальных сессий с линейными руководителями в рамках заказа по командообразованию от собственника компании.

Технология улучшения командного взаимодействия

«Создаем команду» в ООО «БайкалСтройТэк»



Рис. 4. Команда заказчика

Специализированное предприятие ООО «БайкалСтройТэк» ведет свою историю с 2014 года. Молодая и энергичная инженеринговая строительно-монтажная компания, осуществляющая свою деятельность на территории Восточной Сибири. Имеет большой опыт производства работ полного цикла: устройство свайных фундаментов, монтаж технологии, а также по полному комплексу электромонтажных работ на нефтегазоконденсатных месторождениях.

ООО «БайкалСтройТэк» имеет головной офис в г. Иркутске; представительство в г. Москва и производственную базу в г. Усть-Куте вблизи

нефтегазоконденсатных месторождений Усть-Кутского и Катанского районов.

В данный момент компания является одной из ведущих компаний в данных сферах по Восточной Сибири и планирует расширение географии объектов строительства. На сегодняшний день успешно выполнены работы для таких компаний как Иркутская Нефтяная Компания, Газпром, Роснефть, ТрансНефть.

В диагностике командной вовлеченности приняло участие 13 менеджеров, из них 9 человек (69,2 %) — мужчины. Половозрастная структура линейных руководителей ООО «БайкалСтройТэк» отражена на рис.5.

Половозрастная структура ООО «БайкалСтройТэк»

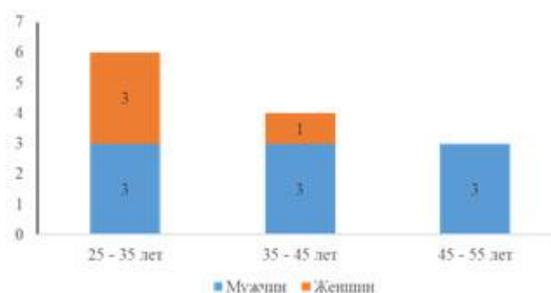


Рис. 5. Половозрастная структура

В ходе «Диалога 1D» обнаружено наличие всех пороков команды. Все руководители, вне зависимости от возраста, пола и стажа работы,

отметили проявления дисфункции команды. Итоги опроса в разрезе пороков команды представлены на рис.6.

Итоги диагностики командной вовлеченности

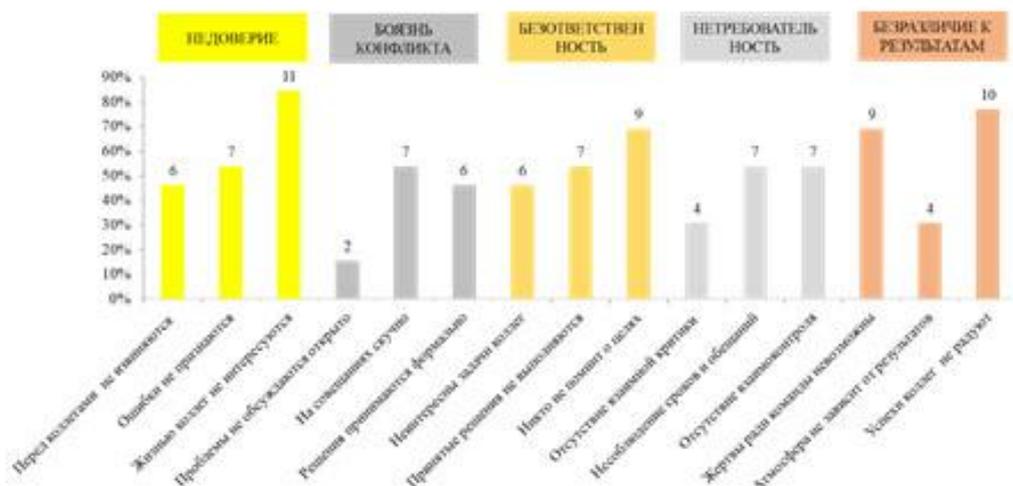


Рис. 6. Результаты опроса

И в «Диалоге 1D», и в «Диалоге 2D» был зафиксирован всплеск эмоций, вскрывающий внутренний конфликт между руководителями, так и поток инсайтов и озарений, свидетельствующий о трансформации осознания. Это свидетельствует о простоте метода, когда и пороки, и добродетели прописаны простым и ясным текстом на обеих сторонах карточки.

По мнению автора, метод затрагивает глубинные ценности человека, расширяет мышление и побуждает к поиску вариантов решения: как и что конкретно нужно сделать, чтобы получить другие эмоции, другие ощущения в работе команды. В финальном диалоге «Диалог 3D» каждый руководитель описал желаемую модель поведения, которая будет способствовать улучшению командного взаимодействия. Таким образом, взяв на

себя обязательства и ответственность отныне думать и действовать в соответствии своим ценностям.

Кроме этого, каждый руководитель ответил на следующие пять 5 вопросов:

- За счет чего создается доверительная атмосфера?
- Что позволяет вести здоровый и конструктивный конфликт?
- Как повысить уровень ответственность каждого члена команды?
- Что нужно сделать команде для повышения требовательности в команде?
- Каким образом команде оставаться в фокусе общих целей и быть нацеленной на результат?

Итоги «Диалога 3D» отражены на рис.7.

Пути достижения пяти добродетелей



Рис. 7. Пути достижения добродетелей

Таким образом, диагностика командной вовлеченности с использованием авторского инструмента «Диалог 3D», вместо анонимного

заполнения анкет по вовлеченности прошла в форме очень живого и открытого диалога. Огромный плюс,

что уже во время обсуждения члены команды начали предлагать конкретные идеи.

В ближайшее время в ООО «БайкалСтройТек» пройдет командная сессия. Обсуждение перейдет в стадию коллегиального формирования конкретных решений, идеи трансформируются в четкие мероприятия, будет создан План действий со сроками и ответственными.

Возможно, что для каких-то решений понадобится что-то очень простое и доступное, а для каких-то, целые проекты. Но в любом случае, от каждого члена команды потребуются железная дисциплина, самоотдача и настойчивость. ■

1. Ленсиони П. Пять пороков команды. Притчи о лидерстве / П. Ленсиони; пер. с англ. И.Э. Коротенко. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 117 с.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Ленсиони П. Пять пороков команды. Притчи о лидерстве / П. Ленсиони; пер. с англ. И.Э. Коротенко. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 117 с.

Creating a team — technology for improving for team interaction

© Volkova M., 2020

This article summarizes the results of implementing a tool for diagnosing team involvement and improving team interaction. The technology is based on the TOP factors of a highly effective team, formulated by Patrick Lencioni «Five vices of the team». With this technology, it is easy to start a dialogue with any member of your team, see all the «growth zones». Work on improving team interaction begins during the first individual dialogue. Further, work on the necessary changes continues in team sessions.

Keywords: Team, involvement, interaction, business communications, dialogue, employee

УДК 371.4

СТАТИСТИКА: ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ ТОФАЛАРСКОГО РЕГИОНА

© Гимельштейн Е. А., 2020

Иркутский государственный университет г. Иркутска

В данной статье рассматривается демографическая ситуация историко-культурного региона Тофаларии. Приводятся данные о численности коренного народа — Тофов. Обозначаются актуальные проблемы местного населения и вероятные пути их решения.

Ключевые слова: Тофалария, ситуация, тофы, демография, статистика

Тофалария — это регион центральной части Восточного Саяна, расположенный на Западе Иркутской области в Нижнеудинском районе.

Площадь историко-культурной территории составляет 21,4 тыс. км². Тофалария является одним из самых красивых объектов природного наследия России.

Тофы, коренные жители региона, представляют собой одну из самых малочисленных этнических групп.

Данная статья рассматривает демографическую ситуацию в Тофаларском районе. Для анализа были проанализированы документы «Иркутскстата» и статистический сборник «За строкою цифр: к 95-летию Иркутской статистики» 2015 года выпуска [1].

Таблица 1. Динамика численности населения Тофаларии

Год	1979	1989	2002	2010
Тофы(чел.)	515	630	723	678

Таким образом, рост численности населения наблюдается в большой промежуток времени — с середины XX века до 2002 года [2]. Однако, согласно приведенной статистике, ситуация в современной Тофаларии показывает, что тофов становится меньше. Так как мы рассматриваем довольно-таки маленькое поселение, даже потеря 7 % значительно отражается на демографии группы. В ходе исследования было отмечено, что для полноценного анализа не хватает ежегодной переписи населения мелких этнических групп. Перепись 2020 года покажет наиболее полную

картину в отдельных территориях Российской Федерации.

Для составления стратегии поддержания тофов необходимо проанализировать факторы, которые влияют на уровень благосостояния населения — это один из основных показателей, который важно учитывать при расчеты потенциальной динамики населения. Так, в ходе работы были выделены некоторые из них.

Субсидирование региона. Так, в рамках проекта Правительства Иркутской области за 2016 год Нижнеудинскому району предоставлялись субсидии на обеспечение транспортной сети для

коренного населения, а также на возмещение средств за уже проведенные транспортные операции. Кроме того, денежные средства выделяются и на поддержание бизнес-инициатив народов — в 2016 году Правительство выделило в 2016 году 3,5 млн рублей для тофаларов и эвенков, с целью сделать предпринимательство свободным и доступным для малых этнических групп.

Поддержание традиций. Тофы, особенно старшее поколение, чтут знания, опыт и обычаи прошлых поколений. Это отражается как в образе жизни тофов, так и в их быту, они поддерживают «чумы», традиционное жилье, отдают предпочтение народному творчеству. Так, тофы посещают кружки по рукоделию в школе, где основными материалами служат кожа, мех и др.

Действительно, постоянная материальная поддержка и вера народа в свою самобытность и ее поддержание во многом определяют уровень жизни народа. Однако существуют факторы, которые оказывают негативное влияние на жизнь этнической группы что, в свою очередь, не может не сказаться на общем благосостоянии [3].

Примером такого фактора является транспортная система, которой в Тофаларском районе практически нет. Связь тофов с внешним миром обеспечивает единственный вертолет, который во многом совершает лишь логистические перелеты: привозит продукты, различные продовольствия и другую материальную помощь. Затруднённое географическое положение несомненно отразилось на быту тофов. Так, в силу ограниченности ресурсов и территории определяется трудовая занятость населения — около 279 человек (из 320 трудоспособных) занимаются сельским хозяйством и с собственной продукции получают основной доход. Рассматривая статистику по получению источников к существованию, можно сделать вывод о бедности населения и его зависимости от внешних факторов (субсидий, пенсий, пособий и т.д.) [4].

Медицинское обслуживание в Тофаларии находится на низком уровне: в Алыгджере, центре Тофаларии, около 5 коек дневного стационара, лекарства практически не доставляются. Более развитым местом для лечения являются больницы в Нижнеудинске, но, учитывая проблемы с транспортом, получить своевременную мед помощь проблематично.

В статье рассматриваемые факторы были поделены на следующие группы:

- Социальные
 - Уровень медицинского обслуживания
 - Жилищные условия
 - Недостаточная санитарная обработка продуктов питания
- Логистика
 - Географическое положение региона
 - Особенности геологии
 - Транспортная цепочка

- Финансирование региона
- Зависимость от внешнего субсидирования региона
- Психологические (человеческий фактор)
 - Нежелание значительной части населения в организации жизнедеятельности
 - Устаревший образ жизни

Таким образом, на данном этапе существует немало факторов, влияющих на демографическую ситуацию Тофаларского региона. Решение представленных проблем позволит положительно повлиять на динамику роста населения района. Тофалария — это культурно-этнический объект, который нуждается в помощи. Сохранение народов малых групп — это культурная задача, которая должна поддерживаться. ■

1. За строкою цифр 95 лет Иркутской статистике [Электронный ресурс] // Статистический сборник. Иркутскстат - 2015. - Электрон. версия печат. публ. - URL: https://irkutskstat.gks.ru/storage/mediabank/004god_%D1%81_%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%BA%D0%BE%D0%B9.pdf (Дата обращения: 20.02.2020)

2. Иркутская область 75 лет [Электронный ресурс] // Юбилейный сборник. Иркутскстат - 2012.- Электрон. версия печат. публ. - URL: https://irkutskstat.gks.ru/storage/document/document_history_publication/2019-04/23/213_%D1%81_%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%BA%D0%BE%D0%B91.pdf (Дата обращения: 20.02.2020)

3. Тофалария [Электронный ресурс] // Энциклопедия и новости Приангарья. - URL: <http://irkipedia.ru/content/tofalariya> (28.03.2020)

4. Коренные малочисленные народы Севера, проживающие на территории Иркутской области [Электронный ресурс] // Росстат. – Статистический сборник – 2006 - №187. - URL: [https://irkutskstat.gks.ru/storage/mediabank/7\(5\).pdf](https://irkutskstat.gks.ru/storage/mediabank/7(5).pdf) (дата обращения: 01.03.20120)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

За строкою цифр 95 лет Иркутской статистике [Электронный ресурс] // Статистический сборник. Иркутскстат - 2015. - Электрон. версия печат. публ. - URL: https://irkutskstat.gks.ru/storage/mediabank/004god_%D1%81_%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%BA%D0%BE%D0%B9.pdf (Дата обращения: 20.02.2020)

Иркутская область 75 лет [Электронный ресурс] // Юбилейный сборник - 2012. - Электрон. версия печат. публ. - URL: https://irkutskstat.gks.ru/storage/document/document_history_publication/2019-04/23/213_%D1%81_%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%BA%D0%BE%D0%B91.pdf (Дата обращения: 20.12.2019)

Коренные малочисленные народы Севера, проживающие на территории Иркутской области [Электронный ресурс] // Росстат. – Статистический

сборник – 2006 – №187. – URL:
[https://irkutskstat.gks.ru/storage/mediabank/7\(5\).pdf](https://irkutskstat.gks.ru/storage/mediabank/7(5).pdf)
(дата обращения: 01.03.20120)

Тофалария [Электронный ресурс] // Энциклопедия и новости Приангарья. – URL: <http://irkipedia.ru/content/tofalariya> (дата обращения: 28.03.2020)

Statistics: demographic situation in Tofalaria

© Gimelshtein E., 2020

This article examines the demographic situation of the historical and cultural region of Tofalaria. Data on the number of indigenous people — Toph — are given. Current problems of the local population and possible ways to solve them are identified.

Keywords: Tofalaria, situation, tofs, demography, statistics

УДК 93/94

ВОСТОЧНЫЙ ВЕКТОР ВОВ: ОТ ХАЛХИН-ГОЛА ДО РАЗГРОМА МИЛИТАРИСТСКОЙ ЯПОНИИ

© Грошева Е. К., Муратов А. И., Чуприна А. Д., 2020

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье анализируются причины начала пограничных конфликтов между СССР и Японией в 1935–39 годах, а также их влияние на отказ Японии вступить в войну с Советским Союзом в 1941 году. Далее был проведен анализ советско-японской войны 1945 года, с учетом сил, сторон и факторов, которые повлияли на разгром частями РККА Квантунской армии.

Ключевые слова: СССР, Япония, пограничные конфликты, советско-японская война, Квантунская армия, Халхин-Гол

С самого начала своего существования молодое советское государство было окружено лагерем империалистических стран, которые негативно относились к риторике СССР. К числу враждебных относилась и милитаристская Япония, которая еще с конца 19 века проявляла свои агрессивные настроения в странах Тихоокеанского региона.

В 1918 году японское правительство наиболее активно способствовало началу интервенции в Россию: среди войск интервентов японские были одни из самых многочисленных. Очевиден тот факт, что японцы намеревались в сложное для нашей страны время отделить от нее Сибирь и Дальний восток [3]. В дальнейшем из-за побед Красной Армии над белогвардейскими формированиями Япония была вынуждена признать СССР как новое государство.

Отношения с Советским Союзом начали серьезно портиться в 1935 году, когда японцы оккупировали Маньчжурию и создали на ее территории марионеточное государство Маньчжоу-Го, которое имело границу с СССР и МНР. Однако японские милитаристы хотели и дальше расширять свои территории (ведь, как известно, Япония небогата природными ресурсами). В результате чего на советско-монгольской границе вспыхнул ряд пограничных конфликтов. В 1936 году Япония подписывает Антикоминтерновский пакт. В ответ Советский Союз подписывает договор о взаимопомощи с МНР.

В 1938 году произошли бои у озера Хасан. Предшествовали этому ничем не обоснованные территориальные претензии со стороны Японии.

Несмотря на вероломное нападение агрессоров, части РККА героически отразили все атака и приобрели бесценный опыт боевых действий.

В 1939 году ситуация снова стала осложняться: с января месяца на границе МНР стали появляться вооруженные японо-маньчжурские отряды, которые регулярно вступали в перестрелку с монгольскими пограничниками и проводили рейды вглубь территории Монголии. Японские летчики стали производить налеты на части МНР, СССР в ответ перебросил советские самолеты в район Халхин-Гола, завязались воздушные бои. В конце концов ситуация переросла в полноценный конфликт, в результате которого советские войска своими умелыми действиями отбросили части Квантунской армии от границы союзной МНР.

Победа на Халхин-Голе имела важное военное и политическое значение для СССР. Во-первых, сократилось число провокаций на советско-монгольской границе. Во-вторых, поражение в пограничных конфликтах серьезно повлияло на дальнейшие планы Японии по интервенции на земли Советского Союза. В апреле 1941 года между СССР и Японией был заключен пакт о нейтралитете сроком на пять лет. Именно нейтралитет с Японией позволил советскому руководству в сложное время обороны Москвы от немецких захватчиков в 1941 году перебросить дивизии с Дальнего Востока под Москву [4].

В феврале 1945 года в Ялте прошла встреча лидеров стран антигитлеровской коалиции, на которой Сталин, Черчилль и Рузвельт договорились, что после капитуляции Германии через 3 месяца СССР вступит в войну с Японией.

СССР 5 апреля 1945 года в одностороннем порядке денонсировал пакт о нейтралитете, подписанный с Японией в апреле 1941 года. После капитуляции Германии 15 мая 1945 года Япония аннулирует все договоры с ней.

Причины вступления СССР в войну с Японией были обусловлены тем, что:

- Помощь СССР была необходима союзникам для вывода из войны последнего сильного игрока — Японии. Иначе для США война на Тихом океане стоила бы больших потерь и затянулась бы на неопределённое время.
- У Советского Союза в этой войне была цель вернуть себе территории, отданные японцам согласно Портсмутскому мирному договору 1905 года.

Основная задача войск Красной армии в советско-японской войне заключалась в том, чтобы силами Забайкальского Первого и Второго Дальневосточных фронтов, путём нанесения фланговых и ряда вспомогательных ударов на центральном направлении охватить большее количество сил противника, рассеять боевые порядки Квантунской армии и выйти на Маньчжурский рубеж. Вопрос об освобождении Южного Сахалина, островов Курильской гряды и высадке 2-х стрелковых дивизий на остров Хоккайдо был отложен до выполнения основной боевой задачи.

С территории Монголии должен был быть нанесён основной удар силами Забайкальского фронта, а с территории Приморья — Первым Дальневосточным фронтом. Второму Дальневосточному фронту совместно с Амурской флотилией отводилась задача нанести удары на Сунгарийском направлении и заблокировать японские силы на этом направлении.

Тихоокеанскому фронту отводилась задача по нарушению сообщений японского флота на море, поддержке сухопутных сил и в случае чего препятствовании высадке морского десанта. Позднее, силам Первого Дальневосточного фронта и Тихоокеанского флота была поставлена задача овладеть военно-морскими портами на территории Северной Кореи. А на авиацию (ВВС ТОФ) была возложена задача атаковать японские морские суда военного и материального назначения и подавлять зенитные батареи на побережье.

Подготовка наступательных операций включала в себя проведения ряда мероприятий по переброске войск из Восточной Европы на Дальний Восток, создание и формирование ударных группировок, оснащение сил вооружением и боеприпасами и изучение характера местности, на которой предстояло вести боевые действия и наступательные операции [1].

В период с мая по август 1945 года советское командование перебросило на Дальний Восток часть освобождёвшихся из Восточной Европы войск и техники, это:

- свыше 400 тысяч солдат и офицеров;

- более 2 тысяч танков и самоходных установок;

- свыше 7 тысяч орудий и миномётов.

Итого, численность личного состава, вместе с прибывшими составляла около 1,7 миллиона человек, командующим был назначен маршал Советского Союза А. М. Василевский. Силы были поделены на три фронта:

- Забайкальский фронт, командующий маршал Р. Я. Малиновский;

- Первый Дальневосточный фронт, командующий маршал К. А. Мерецков;

- Второй Дальневосточный фронт, командующий генерал армии Пуркаев М. А..

Итого силы СССР насчитывали 1,7 млн человек, около 30 тысяч орудий и миномётов, более 5 тысяч танков и самоходных артиллерийских установок, свыше 5 тысяч самолётов и 93 боевых корабля основных классов.

Японская сторона противопоставила советской стороне Квантунскую армию под командованием генерала Отодзо Ямады численность которой доходила до одного миллиона человек, включала в себя более 6 тысяч орудий и миномётов, свыше тысячи танков и около полутора тысяч самолётов.

Во-первых, одним из факторов успешно проведенных операций и в целом победы в войне стала секретность подготовки СССР к войне. Задачей советского руководства было переправить войска так, чтобы противник об этом не догадался. То есть, оперативно и скрытно. А потом уже внезапно атаковать Квантунскую армию, не дав ей времени сгруппироваться и подготовиться к контратаке. Именно поэтому все операции по переброске и развёртыванию войск совершались под строжайшим секретом. О вступлении Советского Союза в войну с Японией до самого последнего момента, кроме Сталина, в нашей стране знали всего четверо военачальников — Малиновский, Мерецков, Пуркаев и Василевский.

Во-вторых, численное превосходство Красной армии над Японской. Здесь цифры говорят сами за себя.

В-третьих, техническое и моральное превосходство. Техника и вооружение Красной армии обладали лучшими техническими характеристиками, в то время как японская техника была морально и технически устаревшей и не могла в полной мере противостоять советской технике, а большинство солдат и офицеров имели боевой опыт войны с Германией, в то время как Япония была вынуждена призывать и отправлять резервистов, так как большая часть обученных солдат и офицеров была отправлена или находилась на Тихом океане.

В-четвёртых, масштабность проведения боевых операций. Переход трёх фронтов в наступление, взаимодействие с авиацией и флотом, быстрый разгром и выход к стратегическим объектам являлись ключевыми моментами победы [2]. ■

1. Вартанов В. Н. Советско-японская война 1945 года - история военно-политического противоборства двух держав в 30-40-е годы: документы и материалы / В. Н. Вартанов. – М.: Изд-во ТЕРРА, 1997. – 437с.

2. История Великой Отечественной войны Советского Союза 1941-1945 гг.: В 6 т./ ред. П. Н. Поспелов и др. – М.: Воениздат, 1960-1965. – Т.5: Победоносное окончание войны с фашистской Германией. Поражение империалистической Японии (1945 г.). – 652с.

3. Кондратенко Б. Б. Характер японской военной интервенции на Дальнем Востоке 1918-1922 / Б. Б. Кондратенко // Труды института истории, археологии и этнографии ДВО РАН. - 2018.- С.124-130.

4. Непростая история: как развиваются российско-японские отношения [Электронный ресурс] // ТАСС: информационное агентство - URL: <https://tass.ru/politika/1787759> (Дата обращения: 01.04.2020)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Вартанов В. Н. Советско-японская война 1945 года - история военно-политического противоборства двух держав в 30-40-е годы: документы и материалы / В. Н. Вартанов. – М.: Изд-во ТЕРРА, 1997. – 437с.

История Великой Отечественной войны Советского Союза 1941-1945 гг.: В 6 т./ ред. П. Н. Поспелов и др. – М.: Воениздат, 1960-1965. – Т.5: Победоносное окончание войны с фашистской

Германией. Поражение империалистической Японии (1945 г.). – 652с.

Кондратенко Б. Б. Характер японской военной интервенции на Дальнем Востоке 1918-1922 / Б. Б. Кондратенко // Труды института истории, археологии и этнографии ДВО РАН. - 2018.- С.124-130.

Непростая история: как развиваются российско-японские отношения [Электронный ресурс] // ТАСС: информационное агентство - URL: <https://tass.ru/politika/1787759> (Дата обращения: 01.04.2020)

East vector of the great patriotic war: from the Khalkhin-Gol to the defeat of militaristic Japan

© Grosheva E., Muratov A., Chuprina A., 2020

The article analyzes the reasons for the beginning of border conflicts between the USSR and Japan in 1935–39, as well as the influence of that conflicts on the refusal of Japan to enter the war with the Soviet Union in 1941. Further analysis is focused on forces, sides and factors that influenced the defeat of the Kwantung army by Red Army forces.

Keywords: USSR, Japan, border conflicts, Soviet-Japanese war, Kwantung army, Khalkhin-Gol

УДК 331.108

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

© **Грошева Н. Б., Кирилина О. Н., 2020**

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Ситуация, в которой оказался малый и средний бизнес в условиях пандемии коронавируса может быть охарактеризована исключительно как кризисная, присутствуют все черты социально-экономического кризиса. И в этой ситуации основная проблема предпринимателей — что делать с персоналом. Если по аренде, налогам, коммунальным платежам предусмотрены рассрочки и каникулы, то по заработной плате таких рассрочек нет. Разные компании по-разному выходят из ситуации — кто-то отправляет персонал в отпуск без содержания, кто-то увольняет, кто-то платит минимальный размер оплаты труда, кто-то отправляет в очередной отпуск. Однако если мы говорим о том, что люди это один из активов компании, то увольнение персонала, в который вложены и деньги, и время, аналогично тому, чтобы просто выставить на улицу дорогостоящее оборудование, раз нам его дорого содержать. Следовательно, необходимо решение для каждой отдельной компании.

Ключевые слова: управление персоналом, обучение и развитие персонала, мотивация персонала

В мировой практике давно принято считать персонал компании важной частью ее активов. Действительно, компании инвестируют в персонал, получая добавленную стоимость в виде выручки или снижения затрат.

При этом фактически это вложения в нематериальные активы, которые сложно поставить на баланс, поскольку то, что вкладывается непосредственно в человека, теряется вместе с человеком — знания, умения, квалификация, вовлеченность и так далее.

Если говорить об инвестициях в персонал, то с позиции совокупной стоимости владения человеческими ресурсами как активом на каждой стадии жизненного цикла работника можно выделить прямые и косвенные расходы, например при отборе и найме персонала прямые расходы это оплата «хед хантинговым» службам, а косвенные — потерянное время наставников на обучение работника и простои бизнеса при поиске нового работника на вакансию, при обычной работе человека прямые расходы это оплачиваемое

обучение, а косвенные — время на самообучение, так как в это время работник не трудится с максимальной отдачей, и отнимает время у наставников. Но при увольнении работника мы можем получить компенсацию прямых затрат на обучение (в случае если это было предусмотрено специальными контактами), но мы в любом случае теряем все вложенные в него временные затраты — как его, так и наставников, и по факту — упущенную прибыль, так как во время обучения работник не максимально эффективен.

В текущей ситуации многие компании малого и среднего бизнеса оказались в непростой ситуации — работать они не могут, но работников должны обеспечивать заработной платой. Оставим вне данного обсуждения вопрос целесообразности таких решений, во время глобальной неопределенности с пандемией трудно оценить правильность или своевременность тех или иных решений, особенно есть учесть, что закрытие или уменьшение объемов бизнеса продлится на неопределенный на данный момент срок (не исключено, что к моменту выхода статьи режимы ограничения мобильности будут сняты), но в данный момент у собственников бизнеса есть несколько альтернатив:

- Оставить ситуацию как есть, предложив работникам потратить временно свободное время на повышение квалификации, требует затрат на заработную плату и начисления, мера эффективна в случае официального трудоустройства работников и понимания, что после окончания кризисных мероприятий работники могут компенсировать бизнесу расходы на обучение, создает дополнительные затраты для бизнеса и позволяет сохранить работника, требует согласия работника;
- Предложить работникам уйти в очередной отпуск: мера эффективна в случае официального

трудоустройства работников и понимания, что после окончания кризисных мероприятий работники могут компенсировать бизнесу выпавшие доходы, не создает дополнительные затраты для бизнеса и позволяет сохранить работника, требует согласия работника;

- Больничный лист распространяется на отдельные категории работников, так же имеющих официальные трудовые отношения и отвечающие ряду критериев (возраст, группа риска), не создает дополнительные затраты для бизнеса и позволяет сохранить работника и реализуется в практически принудительном порядке;
- Отпуск без содержания — мера, предоставляемая с согласия работника (на что он вряд он будет согласен), и возможные негативные последствия со стороны трудовой инспекции;
- Добровольное увольнение работников с выплатой необходимых компенсаций — работники имеют право на получение пособий от государства, не все согласятся на увольнение;
- Признание себя банкротом в упрощенном порядке и принудительное увольнение людей — долгосрочные негативные последствия.

Выбор механизма взаимодействия с работником в такой ситуации зависит от ряда факторов:

- желания сохранить работника в дальнейшем;
- понимания ценности человеческого капитала в данной компании и рентабельности вложений человеческий капитал;
- готовность к судебным разбирательствам;
- уверенность в наличии свободных денежных ресурсов.

Мы предлагаем использовать простой алгоритм принятия решений (отметим, что формат больничного листа является обязательной опцией и не рассматривается при принятии решений):



Рис. 1. Алгоритм выбора решений

Следовательно, если сомнений в полноценном функционировании бизнеса после кризиса нет, то основная задача — сохранение персонала и поддержание его трудоспособности и мотивации. Часть работников согласится на перенос отпуска, понимая, что после окончания кризисных явлений необходимо будет работать в усиленном режиме, а часть согласится потратить условно свободное время на повышение квалификации. Если вернуться к вопросу совокупной стоимости владения персоналом, то существуют скрытые расходы на самообучение и постоянное повышение квалификации. Следовательно, если работник потратит условно свободное время на повышение квалификации, то мы можем ожидать повышения производительности труда (выручки и прибыли). ■

1. Проняева Л. И., Амелина А. В. Современные инновационные технологии в управлении персоналом // Вестник государственного и муниципального управления. – 2016. – №4 (23). – С. 89-95

2. Анисимов А. Л., Двойникова М. А. Инновационное развитие системы подбора персонала в России // Инновационное развитие экономики. – 2019. – № 1 (49). – С. 7-16.

3. Конверская В. А., Короева И. Р. Инновационные технологии в сфере управления персоналом // Научно-практический электронный журнал Аллея Науки. – 2018. – № 8 (24). – С. 1-5.

4. Черкасова Л. В. Инновации в сфере управления персоналом // Международный студенческий научный вестник. – 2019. – С. 10-15

5. Краснова Н. А. Инновации в экономических теориях разных школ // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2013. – № 12. –URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2013/12/3476> (дата обращения: 06.11.2016).

6. Голянич В. М., Кудрявцева Е. И. Инновационные технологии в кадровом менеджменте // Управленческое консультирование. – 2013. – № 2 (50). – С. 5-16.

7. Моисеева Е. Г. Управление персоналом: современные методы и технологии: учеб.пособие. – Н. Новгород: НГТУ, 2012. – 134 с.

8. Оккель С. А. Хедхантинг как направление инвестиционной деятельности компании // Российское предпринимательство. – 2011. – №3-2 (180). – С. 82-86.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Анисимов А. Л., Двойникова М. А. Инновационное развитие системы подбора

персонала в России // Инновационное развитие экономики. – 2019. – № 1 (49). – С. 7-16.

Голянич В. М., Кудрявцева Е. И. Инновационные технологии в кадровом менеджменте // Управленческое консультирование. – 2013. – № 2 (50). – С. 5-16.

Конверская В. А., Короева И. Р. Инновационные технологии в сфере управления персоналом // Научно-практический электронный журнал Аллея Науки. – 2018. – № 8 (24). – С. 1-5.

Краснова Н. А. Инновации в экономических теориях разных школ // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2013. – № 12. –URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2013/12/3476> (дата обращения: 06.11.2016).

Моисеева Е. Г. Управление персоналом: современные методы и технологии: учеб.пособие. – Н. Новгород: НГТУ, 2012. – 134 с.

Оккель С. А. Хедхантинг как направление инвестиционной деятельности компании // Российское предпринимательство. – 2011. – №3-2 (180). – С. 82-86.

Проняева Л. И., Амелина А. В. Современные инновационные технологии в управлении персоналом // Вестник государственного и муниципального управления. – 2016. – №4 (23). – С. 89-95

Черкасова Л. В. Инновации в сфере управления персоналом // Международный студенческий научный вестник. – 2019. – С. 10-15

Human resources management in the context of social and economic crisis

© Grosheva N., Kirilina O., 2020

The coronavirus pandemic can be described as a serious crisis situation — all the features of a socio-economic crisis are present. The main problem for entrepreneurs is what to do with staff. If there are no discounts on rent, taxes, utility bills, then there are no such installments on wages. Someone pays, someone pays the minimum wage, someone sends on another vacation. However, if we say that this is one of the company's assets, that is, to attract staff, and for money, and so that they can put up expensive equipment on the streets. Therefore, we need a comprehensive solution for each individual company.

Keywords: personnel management, staff training and development, staff motivation

УДК 504.03

МЕРОПРИЯТИЯ ПО УЛУЧШЕНИИ ЭКОЛОГИИ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ В СФЕРЕ ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

© Гуджеджиани Е. Г., Касьянова А. Д., Фирсова Н. В., 2020

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Данная статья обобщает результаты исследования, проведённого студентами 3 курса Сибирско-американского факультета Байкальской международной бизнес школы. Задачами исследования стали анализ топливно-энергетического комплекса

Иркутской области, выявление проблем, связанных с вредным влиянием на экологию. Помимо этого, были предложены мероприятия, на основании мирового опыта, по улучшения экологии Иркутской области.

Ключевые слова: экология, топливно-энергетический комплекс, газификация, электрификация

Топливо-энергетический комплекс — это сложная межотраслевая система, направленная на добычу, переработку и распространения топливно-энергетического ресурса и электроэнергии. В Иркутской области самые низкие тарифы на электричество, это всё благодаря большому количеству ТЭЦ, ГЭС в области.

Для того чтобы разрабатывать мероприятия по улучшению экологии Иркутской области, нужно сформулировать основные проблемы региона. В начала 2020 года произошло событие, а точнее из-за того, что Россия на подписала договор по продолжению сделки по сокращению добычи нефти

стоимость нефти на рынке упало и, как следствие, произошло падение рубля [2]. Данная ситуация подтверждает мысль о том, что сырьевая экономика — это не очень практично, так как всё в один момент может рухнуть. Сырьевая экономика — это экономика, ориентированная на экспорт углеводородов в другие страны, чаще всего с более развитой экономикой. Такая экономика присуща и Иркутской области, из которой экспортируют в разные страны газ, нефть и другие ресурсы. Такие месторождения приносят вред экологии Иркутской области и при этом никак не приносят выгоду региону.



Рис. 1. Дизельное топливо вместо ЛЭП в северном районе Иркутской области

Второй проблемой в Иркутской области является отсутствие электроснабжения в северных районах региона (см. рис. 1). В таких поселках как Инаригда, Наканно, Хамакар, Тетя, Оськино и другие местные жители используют дизельное топливо, вместо того, чтобы пользоваться дешевыми тарифами на электроэнергию, которые присутствуют в области. При этом дизельное топливо считается очень вредным для экологии. В добавлении к этому выделяемые мельчайшие частицы сажи после сжигания дизеля считаются особо вредными для человека. Они проникают в легкие и способны попадать в кровь из-за чего повышается риск инсульта и других заболеваний у людей.

Как уйти от сырьевой экономии и сделать более экологичным добычу? Возможно создать на территории иркутской области производство по глубокой переработке углеводорода, которое бы отвечало экологическим нормам. Сегодня по всему миру происходит постепенный вывод традиционных нефтяных месторождений из эксплуатации на фоне быстрорастущего спроса на энергоресурсы повышает значение природного газа как источника энергии. В добавлении к этому по объемам запасов, экономичности добычи и высокой

экологичности газ является наиболее перспективным углеводородным ресурсом, способным закрывать текущие потребности в спросе на более чем 220 лет.

При разработке предложений, связанных с улучшением экологического состояния Иркутской области, авторами статьи был проанализирован мировой опыт. Например, был разработан проект и запущен в 2020 году по строительству подводного кабеля электроэнергии от Австралии до Сингапура [1]. Это мероприятие поможет Сингапуру получить необходимую энергию, которая сейчас в дефиците, для нормального его функционирования и при этом абсолютно не принесет вреда экологии ни Австралии, ни Сингапур. Основываясь на опыте этих двух стран, авторы статьи предлагают проведение газовой трубы от Ковыктинского газового месторождения до города Иркутска. Данное действие поможет в газификации региона, так как эту трубу можно проложить по таким моногородам Иркутской области как Саянск, Черемхово, Усолье-Сибирское, Шелехово, тем самым газифицировать данные предприятия и, как следствие, уменьшить вредные выхлопы в атмосферу. Кроме того, данную трубу можно будет продлить до Монголии и Китая (см. рис. 2), тем

самым затраты на строительствопровода до Иркутска легли бы в проект по экспортированию газа, а значит снизить затраты региона до минимума



Рис. 2. Газовая труба от Ковыктинского газового месторождения до Монголии и Китая

Из предыдущего предложения вытекает другое. Во всех городах Иркутской области тепло в дома поступает от ТЭЦ, все они работают на угле. Уголь — это ещё один вредитель для окружающей среды. Авторы статьи предлагают перевод или частичный перевод одной из ТЭЦ на газ, что является более экологичным. Хорошим примером перехода угольных ТЭС на газовые иллюстрирует Германия, которая собирается полностью отказаться от угля к концу 2038 года. Кроме того, Германия будет выводить из строя работающие на угле ТЭС начнется уже с 2022 года. На данный момент прекращена работа электростанций, работающих на буром угле и отказ от каменного угля в перспективе.

Огромный вред экологии помимо предприятий наносят выхлопные газы машин. Например, в США с этой проблемой борются следующим образом. В стране происходит активный перевод на газ за счет средств государства, автопарков компании и фирм, оказывающих коммунальные услуги. Проводится перевод на газ школьные автобусы и общественный транспорт. Кроме того, в Италии насчитывается более одного миллиона транспортных средств на газе, при этом насчитывается 1300 АГНКС. Россия также стремится максимально газифицировать автопарк страны, поэтому в 2019 году на федеральном уровне был принят закон о нулевом налоге в отношении электромобилей и

транспортных средств, использующих природный газ в качестве топлива на территории Иркутской области, а также субсидируется перевод техники, строительство заправок. Всё это говорит нам о том, что нужно стимулировать население пересаживаться на газовые автомобили и заботиться об окружающей среде. Но, к сожалению, проблема с отсутствием автомобильной газонаполнительной компрессорной станции (АГНКС) остается актуальной, так как на сегодняшний момент в Иркутской области только одна заправка работает на природном газе, она расположена в городе Братск. Для улучшения экологии их должно быть больше.

Для решения другой проблемы, а точнее использование дизеля в северных районах Иркутской области, авторами статьи было предложено поставить линии электропередач (ЛЭП), для того чтобы улучшить экологию и обеспечить местным жителям постоянную подачу энергии. Субсидирование со стороны правительства, обеспечение всех поселков Иркутской области электроэнергией, нужно с целью, во-первых, предоставления людям комфортного проживания, во-вторых, с возможностью открытия и развития в этих районах каких-либо производства. Кроме того, возможно установить в этом районе солнечные батареи или аккумуляторы из древесной стружки.

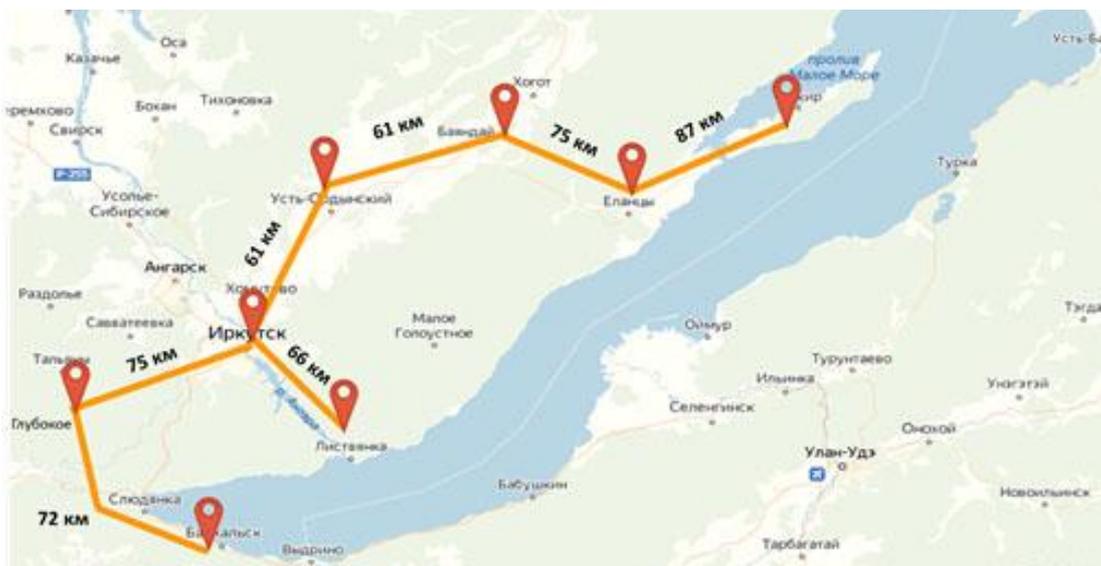


Рис. 3. Возможное расположение заправок для электромобилей

Помимо газовых автомобилей, жителей Иркутской области возможно мотивировать пересаживаться на электромобили. Такой вид транспорта наиболее экологичный, от электромобилей отсутствует вредные выхлопы, сравнительная надежность и долговечность двигателя и вырабатывается меньше количества шума. На сентябрь 2019 года в Иркутской области было зарегистрировано 487 электромобилей [3]. Даже при желании пересесть на такой автомобиль, а Иркутской области стоит вопрос в заправках, которых нет в области. Эту проблему можно тоже решать, причем эти заправки возможно будет установить и на севере Иркутской области после того, как там построятся линии электропередач. Авторы статьи предлагают субсидировать правительству такие две схемы электрозаправок (см. рис. 3). Первая заправки расположены в Иркутске, поселке Глубокое, в Байкальске и поселке Листвянка. Следующая схема электрозаправок — это Усть-Ордынск, Байандай, Еланцы и Хужир. В дальнейшем возможно субсидировать развитие электрозаправок по всей иркутской области и на законодательном уровне закрепить, что все новые заправки должны быть оборудованы устройствами для быстрой зарядки.

В результате данных действия улучшится инвестиционная привлекательность региона и качество жизни местных жителей за счет более экологичного производства, а также переход населения на электромобили и газовые авто. ■

1. Проект на \$20 млрд: поставка электроэнергии из Австралии в Сингапур по подводному кабелю 3800 км [Электронный ресурс] // Bitcryptonews.ru — Электрон. дан. — 2020.— URL: <https://zen.yandex.ru/media/bitcryptonews/proekt-na-20-mlrd-postavka-elektroenergii-iz-avstralii-v-singapur-po-podvodnomu-kabeliu-3800-km-5d2c830ff0d4f400afcbf44b> (Дата обращения: 15.03.2020)

2. «Мы еще пожалеем о сегодняшнем дне»: что будет с рублем и нефтью после развала сделки ОПЕК+ [Электронный ресурс] // The Bell — Электрон. дан. — 2020.— URL: <https://thebell.io/my-eshhe-pozhaleem-o-segodnyashnem-dne-cto-budet-s-ruble-i-neftyu-posle-razvala-sdelki-opek/> (Дата обращения: 15.03.2020)

3. Где в России больше всего электромобилей [Электронный ресурс] // Авто.ру — Электрон. дан. — 2019.— URL: <https://mag.auto.ru/article/topregelsept19/> (Дата обращения: 15.03.2020)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Где в России больше всего электромобилей [Электронный ресурс] // Авто.ру — Электрон. дан. — 2019.— URL: <https://mag.auto.ru/article/topregelsept19/> (Дата обращения: 15.03.2020)

Мы еще пожалеем о сегодняшнем дне: что будет с рублем и нефтью после развала сделки ОПЕК+ [Электронный ресурс] // The Bell — Электрон. дан. — 2020.— URL: <https://thebell.io/my-eshhe-pozhaleem-o-segodnyashnem-dne-cto-budet-s-ruble-i-neftyu-posle-razvala-sdelki-opek/> (Дата обращения: 15.03.2020)

Проект на \$20 млрд: поставка электроэнергии из Австралии в Сингапур по подводному кабелю 3800 км [Электронный ресурс] // Bitcryptonews.ru — Электрон. дан. — 2020.— URL: <https://zen.yandex.ru/media/bitcryptonews/proekt-na-20-mlrd-postavka-elektroenergii-iz-avstralii-v-singapur-po-podvodnomu-kabeliu-3800-km-5d2c830ff0d4f400afcbf44b> (Дата обращения: 15.03.2020)

Actions to improve ecology of the Irkutsk region in the sphere of the fuel and energy complex of the Irkutsk region

© Gudzhedzhiani E., Kasianova A., Firsova N., 2020

This article summarizes the results of studies conducted by a 3rd year student of the Siberian-American faculty of the Baikal International Business School. The objectives of the study were the analysis of the fuel and energy complex of the Irkutsk region, identifying problems associated with harmful

effects on the environment. In addition, measures were proposed to improve the ecology of the Irkutsk region, based on international experience.

Keywords: ecology, fuel and energy complex, gasification, electrification

УДК 339.138

ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВОГО ПРОСТРАНСТВА КАК МАРКЕТИНГОВЫЙ ПРИЕМ В СУПЕРМАРКЕТАХ

© Дятлов С. П., 2020

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

На сегодняшний день маркетинг имеет очень большое значение для успешного функционирования предприятий. Особенно он необходим для поддержания фирм, осуществляющих свою деятельность в конкурентной среде. Одним из примеров данной сферы является розничная торговля. В данной статье определена зависимость между маркетингом и организацией пространства гипермаркета, которая помогает компании быстрее и выгоднее продать товары, которые они предлагают.

Ключевые слова: маркетинг, гипермаркет, организация пространства, маркетинговый прием, мерчендайзинг

Сегодня рынок предлагает людям огромный товарный ассортимент выбора, который, как правило, реализуется через розничные сети. В данной статье под «гипермаркет» понимается формат розничного магазина самообслуживания, отличающегося увеличенным ассортиментом и большой площадью, который разделен на отделы.

Главной целью ритейлера является продажа как можно большего количества товара по максимально выгодной для магазина цене. Маркетинг упрощает деятельность магазинов и способствует достижению цели в более короткие сроки. Петер Друкер, влиятельный ученый, говорит о нем так: «Цель маркетинга — сделать усилия по сбыту ненужными. Его цель — так хорошо познать и

понять клиента, что товар или услуга будут точно подходить последнему и продавать себя сами». Одним из важнейших аспектов, посредством которого функционирует маркетинг в магазине, является организация торгового зала таким образом, чтобы покупатель обошел как можно большую часть магазина и совершил, соответственно, как можно больше покупок.

Мерчендайзинг — физическое расположение и оформление товара в месте его продажи, всесторонне стимулирующее покупателя к его спонтанной покупке, а также точное представление и доскональное знание товара продавцом [2.1].

Для формирования схемы расположения товаров необходимо использовать классификацию товаров в зависимости от ритма совершения покупки.

Таблица 1. Товары в зависимости от ритма совершения покупки [1]

Классификация товаров в зависимости от ритма совершения покупки				
Товары повседневного спроса	Товары периодического спроса	Товары импульсной покупки	Товары предварительного выбора	Товары особого спроса

Данная классификация проецируется на группы товаров, которые предлагает к покупке магазин.

Ниже приведены группы товаров среднестатистического гипермаркета:

Таблица 2. Группы товаров в гипермаркете

Акционные товары	Детские товары	Бытовая химия	Товары для дома	Корма для животных	Мясо и рыба
Деликатесы	Овощи и фрукты	Бакалея	Хлеб и кондитерские изделия	Напитки	Молочная продукция

Мерчендайзеры используют две данных классификации для грамотного распределения товаров по магазину. Каждая группа товаров, которую можно наблюдать в гипермаркете, имеет своё конкретное место не просто так. Для того чтобы

чётче понять закономерности в организации торгового пространства гипермаркета, были проанализированы два сетевых представителя данного сегмента, расположенных в г. Иркутск: гипермаркет «Окей» и гипермаркет «Лента».



Рис. 1. Организация торгового зала гипермаркета «Окей» в г. Иркутск



Рис. 2. Организация торгового зала гипермаркета «Лента» в г.Иркутск

Из представленных изображений видно, что планы расположений групп товаров в магазине имеют сходства. На основе данных схем можно выделить некоторые закономерности расположения товаров в магазине и пользу от конкретно такой организации помещения:

Акционные и сезонные товары располагаются в начале магазина, так как они должны заинтересовать человека и заставить его пройти дальше. Большинство из товаров, расположенных здесь, будут относиться к категории потенциальных импульсных покупок. Например, даже если человек зашёл в гипермаркет за чем-то конкретным, есть вероятность, что сразу бросившийся в глаза акционный товар, будет рассмотрен им в качестве покупки.

Детские товары, как правило, расположены в начале магазина. Это связано с тем, что игрушки, а также некоторый сегмент детского питания относят к товарам импульсной покупки [3]. Следовательно, родителям будет легче согласиться купить что-то дополнительное ребёнку, если у них пока ещё пустая корзина для покупок.

Бытовая химия расположена отдельно от продовольственных товаров из-за специфического запаха и товарного соседства. Рядом с бытовой

химией располагаются и косметические товары, так как являются частично сопутствующими [3].

Товары для дома, также относящиеся к товарам импульсной покупки [3], располагаются рядом с акционными товарами, привлекающими больше всего внимания. Кроме того, товары для дома располагаются по пути к периметру торгового зала, где располагаются товары повседневного спроса.

Корма для животных относят к товарам и периодического спроса, и к товарам импульсной покупки, но их также требуется отделить от продовольственных товаров, поэтому они обычно располагаются перед их началом в магазине.

Бакалея. Товары данной категории относят к товарам периодического спроса [3]. Так как они являются такими товарами, за которыми покупатели приходят специально, ищут их, выбирают и вряд ли купят, просто зайдя в магазин, то их располагают в середине торгового зала.

Деликатесы увеличивают аппетит и стимулируют совершить больше покупок. К тому же, человеку, у которого корзина пока ещё не сильно заполнена, легче взять дорогостоящий продукт с полки.

Мясо, хлеб и кондитерские изделия являются товарами повседневного спроса, поэтому

располагаются в конце торговых залов, чтобы, пока человек идёт к ним, он встретил как можно больше товаров на своём пути.

Напитки располагаются в конце торговых залов и ближе к кассе, так как могут являться либо товарами повседневного спроса, и в таком случае для них сохраняется закономерность, аналогичная мясу и хлебу; либо товарами импульсной покупки, так как человек в конце времяпрепровождения в магазине может захотеть пить.

Такое расположение категорий товаров в гипермаркете заставляет человека совершить как можно больше покупок. Но организация торгового пространства включает в себя не только грамотное расположение категорий товаров в магазине, но и порядок товаров одного типа на стеллажах.

Выкладка — это расположение товара на полках, прилавках, стеллажах и т. п. Грамотная выкладка помогает покупателям быстро найти и выбрать

нужный им товар [4]. Существуют некоторые правила выкладки, которые отражают особенность восприятия человеком категории товаров, представленных на одном стеллаже. Важно, чтобы каждый продукт был представлен таким способом, чтобы он был потенциально куплен, и данные правила помогают это реализовать:

1. Уровень глаз и уровень вытянутой руки. Наибольшая концентрация внимания приходится на предметы, расположенные на уровне глаз, следовательно, товары, расположенные на данных полках, продаются намного лучше. Также востребованной полкой является та, которая расположена на уровне вытянутой руки. На нижних полках обычно размещают либо крупногабаритные, либо дешевые товары, так как товар, располагающийся выше уровня глаз, человек будет воспринимать как более дорогой, а ниже уровня глаз, как более дешевый [3].

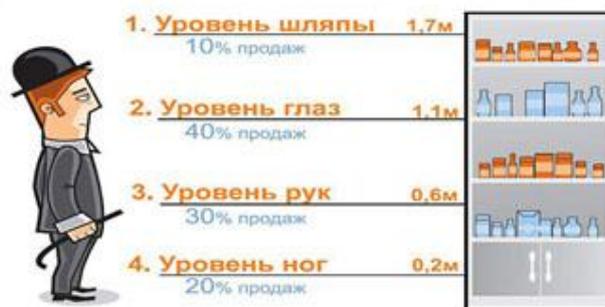


Рис. 3. Зависимость продаж в зависимости от положения полки [4]

2. Приоритетные места на стеллажах в зависимости от его положения относительно покупательского потока в торговом зале. Практически в любом торговом зале есть направление движения, которое чаще всего соблюдают покупатели. Наиболее прибыльным считается место на стеллаже в начале по ходу движения покупателей. Наименее выгодными являются места на стеллаже в конце прохода, так как покупатель, скорее всего, уже выбрал то, что ему необходимо. Также важна правильность распределения количества торговой площади под товары пропорционально вкладу в продажи.

3. Товар должен не только находиться в своей товарной категории, но и выставлен рядом с аналогами с одинаковыми ключевыми характеристиками. Например, в этой части стеллажа стоит только обезжиренный кефир, а с 2,5 % жирности в другой.

4. Товар должен находиться в своей ценовой категории. Дорогие товары с дорогими, а дешевые рядом с дешевыми, чтобы не отбивать продажи у более дорогих товаров. Кроме того, активно рекламируемые и популярные товары должны также располагаться вместе, так как это не принесет пользу товарам без рекламной поддержки.

5. Товар должен быть всегда расположен этикеткой или лицевой стороной к покупателю с учетом его угла зрения. Информация на упаковке должна быть читаема легко и без прикладывания физических усилий, также она не должна закрываться другими упаковками и ценниками.

6. Нельзя закрывать товары ценником или материалом, который должен привлекать внимание, так как это будет уменьшать интерес к непосредственно самому товару [3].

7. Нельзя слишком часто перемещать товары с одного стеллажа на другой, так как это будет постоянно дезориентировать покупателя, и он может не найти товар.

8. Мелкий товар должен лежать ближе к покупателю (ближе на полке и ближе к уровню глаз), крупный нужно расположить дальше или ниже, чтобы товары не загораживали друг друга.

9. Полки на стеллаже должны быть расположены так, чтобы от края товара до края верхней полки оставалось 3–4 см, чтобы товар можно было удобно взять с полки, но при этом пространство использовалось эффективно.

Для большего понимания необходимости данных принципов можно проиллюстрировать их на конкретном примере. Одним из товаров, который есть в любом продуктовом магазине, является

питьевая бутилированная вода. Ассортимент выбора воды достаточно широк, представлено множество торговых марок. Рассмотрим на примере магазина Лента, расположенного по адресу г. Иркутск, ул. Сергеева,3, организацию стеллажей с водой. Прежде всего, вода разделена на 2 стеллажа: «газированная» и «негазированная» для удобства покупателя. Минеральная вода, и вода с какими-либо витаминными добавками расположены отдельно. Далее стеллаж разделен на секции в зависимости от стоимости товара, товары с приблизительно одинаковой ценой располагаются рядом друг с другом. Проход начинается с более дорогих товаров, и товары расположены последовательно с понижением цены ближе к концу

стеллажа. Более дорогие товары или товары, которые продаются по сниженной цене, расположены на уровне глаз. Внизу расположены крупногабаритные бутылки с большим объемом воды. Все товары развернуты лицом к покупателю и стоят максимально близко к началу полки. Полки не очень высокие, но расстояния вполне хватает, чтобы без затруднения взять товар. Такое расположение помогает достичь эффективного использования пространства.

Для того, чтобы проверить на практике, насколько данные методы влияют на совершение большего количества покупок, мной был произведен опрос 35 покупателей супермаркетов.

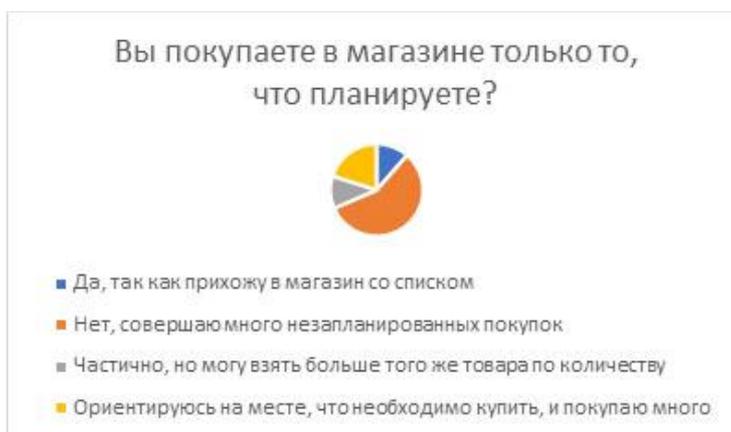


Рис.4. Распространенность незапланированных покупок

Среди 88 % респондентов, совершающих незапланированные покупки, было выяснена причина совершения данных покупок.

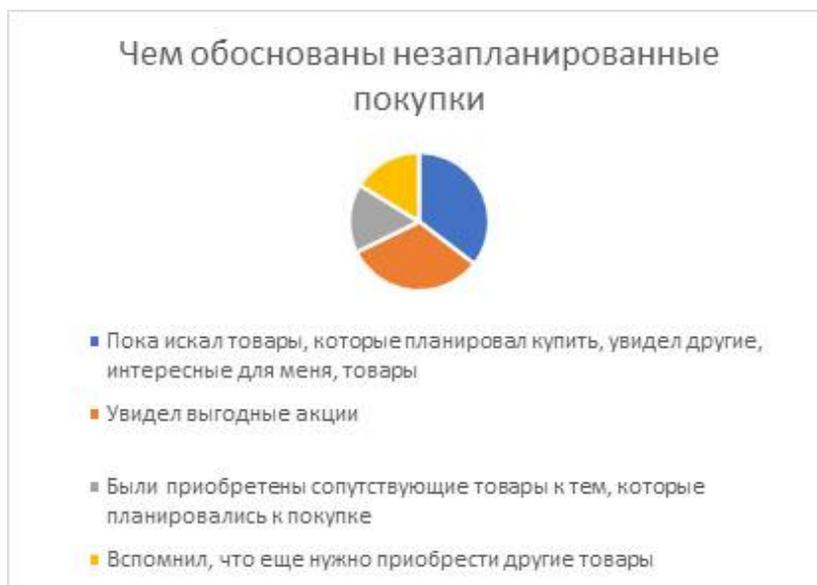


Рис.5. Анализ незапланированных покупок

Согласно диаграмме ключевую роль играет расположение товаров в магазине, так как 74 % от общего числа респондентов регулярно совершают незапланированные покупки из-за того, что, пока

они искали и выбирали товары, которые были им нужны изначально, они увидели другие, умело расположенные и ставшие привлекательными к покупке. Очевидно, что количество совершенных

посетителем магазина покупок влияет на выручку предприятия в целом. Принципы и закономерности, существующие и в маркетинге, и в организации торгового пространства в частности, помогают более быстрому и менее затратному по ресурсам достижению цели ритейлеров. ■

1. Классификация товаров. [Электронный ресурс] // - URL: <https://studfile.net/preview/3192571/> (Дата обращения: 9.03.20)

2. Клочкова М. С., Логинова Е. Ю., Якорева А. С.: «Мерчендайзинг»: Научная книга; М.; 2008. – 300 с.

3. Большая книга директора магазина. [Электронный ресурс] // - URL: <https://ur-consul.ru/Bibli/Boljjshaya-kniga-diryektora-magazina.42.html> (Дата обращения: 6.03.20)

4. Правила выкладки товара. [Электронный ресурс] // - URL: <https://okts55.ru/pravila-vykladki-tovara/> (Дата обращения: 7.03.20)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Большая книга директора магазина. [Электронный ресурс] // - URL: <https://ur-consul.ru/Bibli/Boljjshaya-kniga-diryektora-magazina.42.html> (Дата обращения: 6.03.20)

Классификация товаров. [Электронный ресурс] // - URL: <https://studfile.net/preview/3192571/> (Дата обращения: 9.03.20)

Клочкова М. С., Логинова Е. Ю., Якорева А. С.: «Мерчендайзинг»: Научная книга; М.; 2008. – 300 с.

Правила выкладки товара. [Электронный ресурс] // - URL: <https://okts55.ru/pravila-vykladki-tovara/> (Дата обращения: 7.03.20)

Organization of shopping space as a marketing reception in supermarkets

© Dyatlov S., 2020

Today marketing is very important for successful operation of enterprises. It is especially necessary to sustain firms operating in a competitive environment. One example of this area is retail. This article defines the relationship between marketing and supermarket space organization, which helps the company sell the goods they offer faster and more profitable.

Keywords: marketing, hypermarket, space organization, marketing reception, merchandising

УДК 332.145

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ БРЕНДА ИРКУТСКОГО РЕГИОНА. BAIKALFUTURE

© Еремий А. А., Наумова Е. О., 2020

Иркутский Государственный Университет, город Иркутск

Создание, продвижение и поддержание положительного бренда является одним из важных элементов управления маркетингом региона, успешное ведение которого в перспективе приводит к привлечению притоков как денежных, так и качественных человеческих ресурсов, позволяющих развивать территорию, улучшать экономические показатели хозяйственной деятельности субъекта, а также поднимать уровень жизни в его пределах. Данная статья представляет собой описание концепта бренда как интегрированного элемента среднесрочной и долгосрочной стратегии развития Иркутского региона.

Ключевые слова: бренд, маркетинговая стратегия, стратегия, региональное развитие

Бренд региона — это уникальный положительный образ, возникающий в сознании потребителей, который способствует возникновению благоприятных условий для развития различных территорий, в случае данной работы — Иркутской области.

Бренд территории может оказывать значительное влияние на привлечение потенциальных инвесторов, внутригосударственных и интернациональных туристов, а также повышает лояльность в глазах местных жителей, делает область интересной с точки зрения постоянного места жительства. В том числе, хорошо разработанный бренд территории имеет возможность способствовать развитию малого и среднего бизнеса внутри региона, вывода его на федеральный и международный уровни. Для достижения этих целей необходимо разработать и продвигать единый бренд, объединяющий под

собой сразу несколько направлений. Именно поэтому Торгово-промышленная палата Восточной Сибири создала базовую концепцию и уже реализовывает продвижение бренда «BAIKALNATURAL» [3].

В основе бренда «BAIKALNATURAL», лежит уникальный образ Байкала, символизирующий природную чистоту. Лепестки цветка, по очертанию напоминающие Байкал, складываются в бутон, а количество лепестков соотносится с числом отраслей АПК Иркутской области. В настоящий момент местные, региональные производители продуктов питания уже объединились под этим брендом и вышли на экспортные поставки.

Однако, бренд Иркутского не может и не должен основываться только на продуктах питания. Реализация бренда BAIKALNATURAL лишь первый шаг в направлении реализации всего маркетингового потенциала области и Байкала как

её неотъемлемого символично-территориального атрибута. Полный бренд должен быть шире, масштабнее. Так что в качестве механизма продвижения производного от BAIKALNATURAL бренда «BAILKALFUTURE» предлагается использовать стратегию зонтичного бренда. Стратегия зонтичного бренда представляет собой распространение бренда на разные направления, такие как [3]:

- фитотерапия и биологические технологии;
- вода;
- лес;
- самолетостроение;
- туризм;
- энергетика;
- космология;
- информационные и облачные технологии;
- образование.

Для дальнейшего развития идей бренда и их соединения под единым рядом образов и ценностей, рабочей группой было принято решение выделить наиболее значимые, яркие абстрактные характеристики, относящиеся к региону, соотносящиеся с уже реализованной частью бренда, а также имеющие привязку к озеру Байкал. К таковым были отнесены:

1. Энергия. Иркутский регион во многих своих проявлениях связан с разного рода энергиями, в их числе: энергии тонкого порядка, соотносящиеся с понятием «Места Силы», мощным энергетическим потенциалом областных ГЭС и иных перспективных нетрадиционных источников, таких как солнце; сюда же можно отнести множество возникших на территории региона исторических личностей, от Ермака и декабристов, до сегодняшних дней, обладавших и обладающих внутренней энергией, способной изменять мир вокруг, и территории в частности.

2. Биосфера. Естественно, рядом с уникальным природным объектом, Байкалом, в течение сотен и тысяч лет формировалась уникальная биосфера, флора и фауна, в настоящий момент представляющая как научную и эстетическую ценность, так и коммерческий потенциал.

3. Натуральность. Элемент, заложенный в бренд, также стоит учитывать и соотносить с другими направлениями брендинга. Натуральность ингредиентов, сама по себе природа (по возможности нетронутая), — всё это может быть интересно и привлекательно для инвесторов, туристов, а в перспективе и местных жителей. В натуральность в том числе может включаться и ассоциация с безопасностью потребляемой продукции, а значит в перспективе и региона в целом.

Общая концепция бренда «BAILKALFUTURE» заключается в том, что продвижение продукции под маркой региона способствует продвижению бренда региона в целом, продвижение бренда региона также усиливает продвижение продукции. В

результате, усилия, прикладываемые в обоих направлениях, действуют по итогу в одном, преумножая общие результаты. Для того чтобы зонтичный бренд работал с максимальной отдачей, необходимо развернуть «зонтик» регионального бренда и запустить цикл взаимоподвижения, именно поэтому было решено выбрать несколько направлений, и адаптировать их под цельную идею «BAILKALFUTURE».

Помимо этого направления подбренды, были разнесены на две условные группы, имеющие несколько разные задачи: группа захвата и группа удержания, следующие друг за другом по времени.

Задача группы захвата — обеспечить узнаваемость региона за счёт выведения бренда за границы территории (экспорт, в основном), привлечь первичное внимание внешнего потребителя, сформировать положительный имидж и ассоциируемость байкальской продукции с высоким качеством. В результате также возникают и входящие денежные потоки за счёт продаж продукции и привлечения инвестиций. На границе между брендами захвата и удержания находится направление туризма, уже привлекающее на территорию людей, но ещё не направленное на формирование постоянного населения.

Отсюда следует, что группа удержания так выделена с целью не только и не столько привлечения внимания к области, сколько уже конкретного привлечения людей, потенциальных жителей региона, их удержания на территории, а также формирования долгосрочных отношений с инвесторами.

Первое выделенное направление — фитотерапия и биологические технологии. После относительного закрепления бренда «BAILKALNATURAL» за пределами региона, видится возможным вывод другого, схожего направления более узкой направленности. К такому направлению рабочей группой были отнесены фитотерапия и биотехнологии, базирующиеся на специфичной биосфере территории. Лесные ягоды и травянистые дикоросы в чистом заготовленном виде, продукты с их содержанием действительно могут выразительно представить регион за его пределами; также, хорошо подходят в существующий тренд нетрадиционной медицины и продолжают идею натуральности байкальских продуктов питания. Плюс: сырьевые ресурсы лекарственных растений области используются неполно. Из более 160 разрешенных к применению в научной медицине видов растений, произрастающих в пределах территории (Телятьев, 1971, 1985; Черепнин, 1987), принимается к заготовке лишь их пятая часть. Брендинг можно применить на упаковках, стендах на выставках.

Второе выделенное направление — вода. Известно, что в пределах Иркутской области имеются колоссальные запасы озерной и речной воды. В первую очередь это относится к

крупнейшему озеру планеты — Байкалу. Давно известны уникальные свойства байкальской воды, и в сочетании с общемировой обеспокоенностью в отношении запасов пресной питьевой воды, оба фактора играют бренду региона на руку. Именно поэтому данное направление не стоит на первом месте. Работа с водой региону предстоит уже тогда, когда устроятся первые два направления, и участие в данном мероприятии действительно станет выгодным не только разрозненным производителям грудных сборов и муки из брусники, но и уже работающим с экспортом производителям и поставщика байкальской воды. Брендинг можно применить на упаковках, стендах на выставках, продукции для туризма, бутылки для спорта.

Третье выделенное направление — лес. Данное направление было выбрано, потому что у многих иностранцев Сибирь ассоциируется с тайгой и лесом, а также, потому что в Иркутской области есть крупная деревообрабатывающая фирма Красноштанова Алексея Николаевича. Производства находятся в Усть-Удинском и Жигаловском районах. Также на территории области есть и множество других фирм, занимающихся деревообработкой например: North Wood (деревообрабатывающее предприятие); Компания-НБ (Строительство дачных домов и коттеджей · Деревообрабатывающее предприятие); Wood-Mizer (Деревообрабатывающее оборудование · Деревообрабатывающее предприятие · Металлообработка); и др. Все эти фирмы поставляют свою продукцию на экспорт, а под единым брендом реализовать свои идеи намного легче. Брендинг можно: часть продукции скрепляется стяжками (их можно брендировать) и ставится на поддоны. Часть упаковывается в коробки, на которых также можно печатать логотип.

Четвертое выделенное направление — самолетостроение. Последний полноценный элемент группы захвата. Принципиальное отличие его от предшествующих элементов — это не просто эксплуатация имеющихся на территории природных ресурсов, а качественное преобразование доступных материалов в качественную, «серьезную» продукцию за счёт производственных мощностей и использование интеллектуальной составляющей труда местных жителей для реализации потенциала этих мощностей. Уже ассоциируемая с качеством продукция, поддерживаемая ИАЗом (филиал ПАО «Корпорация «Иркут» входит в число наиболее современных и динамично развивающихся предприятий машиностроения России). Возможности завода позволяют выполнять полный цикл работ, включающий конструкторскую и технологическую подготовку производства новой авиационной техники, изготовление оснастки, выпуск опытных и серийных самолетов, послепродажное обслуживание. Это направление уже более

концентрируется на выстраивании долгосрочных отношений с потребителями, а также направленном на привлечение инвесторов. Брендировать можно: Можно сотрудничать с компаниями, как Аэрофлот и размещать у них свою рекламу на контейнерах для еды, пледах для сна и т.д.

Пятое выделенное направление — туризм. Связующее звено между захватом и удержанием — направление туризма подразумевает привлечение в регион туристического потока (отечественного и зарубежного). Всё же, данный аспект не подразумевает за собой как такового удержания прибывающих людей на территории, а лишь подразумевает их привлечение. В контексте описанных ассоциаций, наиболее перспективными направлениями представляются такие виды туризма, как рекреационный, духовный, дикий и приключенческий туризм. Перед запуском данного направления предполагается создание образа региона пусть и диковатого (что соотносится с современными трендами соединения с природными истоками), но безопасного края, заботящегося о своих гостях. В результате, управляемый поток приехавших туристов уносит с собой выгодный образ области. Брендинг можно применить на сайтах туроператоров, гостиниц и других туристических локаций, туристического транспорта и мерча.

Шестое выделенное направление — энергетика. Иркутская область обладает мощнейшим энергетическим потенциалом, что может привлечь ряд групп населения, в том числе: предприниматели, стремящиеся сократить расходы на электроэнергию и ответственно относящиеся к проблеме альтернативных источников энергии; обычное население, желающее меньше платить за свет; специалисты в сфере энергетики. К тому же, снова возникают инвесторы, заинтересованные как раз в альтернативной энергии. Дополнительный бонус: альтернативные источники энергии — это экологично. В то же время, возможности применения альтернативных источников энергии в области, как и её передачи за её пределы, реализована не полностью, что создаёт возможности для исследований и новых инновационных проектов, что может привлечь в регион специалистов энергетической сферы деятельности. Брендинг можно применить при помощи мерча на мероприятиях (конференции и тд), веб-сайтов связанных со сферой организаций.

Седьмое выделенное направление — космология. Одна из самых загадочных областей науки, достаточно активно развивающаяся в рамках региона. Уникальные обсерватории и телескоп (в обсерватории был установлен уникальный телескоп, принадлежащий Иркутскому государственному университету). Он изготовлен немецкой фирмой CARL ZEISS ещё в 1909 году по заказу и на деньги иркутских меценатов специально для первой обсерватории Восточной Сибири. Исторический

телескоп, восстановленный Иркутским астроklubом под руководством Эдуарда Зуева, находился в рабочем состоянии и использовался для наблюдений Солнца, Луны и планет. Специалисты сферы мирового масштаба, ассоциирующиеся с областью (С.А. Язев), и даже уникальная станция, предназначенная для фиксации и изучения нейтрино, наименее изученных космических частиц, по существующей теории составляющих Тёмную Материю — всё это создаёт благоприятные условия, как для привлечения учёных, так и для инвесторов. Брендирование можно применить на сайтах, пособиях (учебники) и тд.

Восьмое выделенное направление — информационные технологии, в том числе криптовалюты и связанная с ними инфраструктура, а также облачные технологии. На данный момент реализована, и сейчас находится в стадии внедрения первая в своём роде программа, позволяющая с помощью облачных технологий контролировать бюджеты госучреждений, администраций. Помимо мощного шага в направлении внедрения ИТ в жизнь области, это и сильное заявление о прозрачности процессов. Дальнейшее развитие этого направления и реализация масштабных проектов в этой области позволит привлечь в область как программистов, заинтересованных в подобных разработках, так и бизнес и простых граждан, ценящих ответственность местной и региональной власти. Брендирование можно применить при помощи мерча на мероприятиях (конференции), программах мероприятия в рамках бренда и тд.

Девятое выделенное направление — образование. На данный момент существуют мощные институты солнечной физики, политехнический институт с возможностями международных обменов и стажировкой, БМБШ с возможностью двойного дипломирования и нестандартным форматом обучения. Также, образовательные центры, уже вышедшие на федеральный уровень. Качественное образование на территории потенциально способно привлечь дополнительные интеллектуальные ресурсы в регион, удержать перспективную молодёжь. Брендирование можно применить на учебных пособиях, конкурсы-олимпиады-конференции, ручки, тетради и другая канцелярия. Из этой идеи можно создать свой дизайн оформления тетрадей по разным предметам, в соответствии с требованиями школ.

При реализации любого проекта, любой стратегии возникают трудности, которые необходимо решать. На данный момент большое количество товаропроизводителей производят товары с брендом «Байкал», большая часть товаров отличается не очень хорошим качеством, тем самым подвергает бренд недоверию со стороны потребителей. А ведь для того, чтобы бренд работал максимально хорошо, необходимо поддерживать качество и положительный имидж. Для этого

необходимо закрепить бренд «Байкал», в качестве наименования места происхождения товара (НМПТ) [1,4].

Также существует проблема с большим количеством брендов в регионе, у которых разная стратегия и концепция. Именно поэтому студенты Сибирско-американского факультета совместно с Торгово-промышленной палатой Восточной Сибири на стратегической сессии предложили создание единого бренда «BAILKALFUTURE», который включал бы в себя уже существующий бренд «BAILKALNATURAL», который в свою очередь помогает местным товаропроизводителям выходить на внешний рынок, а также чувствовать себя конкурентоспособными.

Ожидаемый результат внедрения бренда «BAILKALFUTURE», это в первую очередь позитивные ассоциации, которые привлекают инвесторов, туристов и новых жителей в регион. Также бренд способствует поддержке малого и среднего предпринимательства, тем самым повышается качество продукции и лояльность местных жителей. Долгосрочным результатом успешной реализации целей и задач бренда станет более высокий уровень развития региона, рост экономических показателей и уровня жизни местного населения. ■

1. Байкал как товарный знак: в Бурятии вводят ограничения на использование имени Священного озера в коммерческих целях. [Электронный ресурс] // ООО «ИРА Телеинформ» - Электрон. дан. - URL: <http://i38.ru/obichnie-ekonomika/baykal-kak-tovarniy-znak-v-buryatii-vvodyat-ogranicheniya-na-ispolzovanie-naimenovaniya-svyaschennogo-ozera-v-kommercheskich-tselyach> (Дата обращения 10.03.2020)

2. Зонтичный бренд: примеры, преимущества и стратегия разработки [Электронный ресурс] // Univest Creative - Электрон. дан. - URL: <https://creative.univest.ua/2017/10/20/zontichnyj-brend-primery-preimushhestva-i-strategiya-razrabotki/> (Дата обращения 12.03.2020)

3. Как и зачем создавать бренд региона, сколько это стоит? (и чем брендинг региона отличается от классического продуктового брендинга) [Электронный ресурс] // dometra.ru- Электрон. дан. - URL: <https://alinaadt.ru/brandingterritorii> (Дата обращения 12.03.2020)

4. Наименование места происхождения товара. [Электронный ресурс] // Гражданский кодекс Российской Федерации. - Электрон. дан. - URL: <http://stgkrf.ru/1516> (Дата обращения 13.03.2020)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.

Байкал как товарный знак: в Бурятии вводят ограничения на использование имени Священного озера в коммерческих целях. [Электронный ресурс] // ООО «ИРА Телеинформ» - Электрон. дан. - URL: <http://i38.ru/obichnie-ekonomika/baykal-kak-tovarniy-znak-v-buryatii-vvodyat-ogranicheniya-na-ispolzovanie-naimenovaniya-svyaschennogo-ozera-v>

kommercheskich-tselyach (Дата обращения 10.03.2020)

Зонтичный бренд: примеры, преимущества и стратегия разработки [Электронный ресурс] // Univest Creative - Электрон. дан. - URL: <https://creative.univest.ua/2017/10/20/zontichnyj-brend-primery-preimushhestva-i-strategiya-razrabotki/> (Дата обращения 12.03.2020)

Как и зачем создавать бренд региона, сколько это стоит? (и чем брендинг региона отличается от классического продуктового брендинга) [Электронный ресурс] // dometra.ru- Электрон. дан. - URL: <https://alinaadt.ru/brandingterritorii> (Дата обращения 12.03.2020)

Наименование места происхождения товара. [Электронный ресурс] // Гражданский кодекс Российской Федерации. - Электрон. дан. - URL: <http://stgkrf.ru/1516> (Дата обращения 13.03.2020)

Developing the brand of the Irkutsk oblast as a commoning and guiding element of the rigeon's marketing strategy

© Eremyi A., Naumova E., 2020

The creation, promotion and maintenance of a positive brand is one of the important elements of marketing management in the region, the successful conduct of which in the future leads to attracting inflows of both monetary and qualitative human resources that allow developing the territory, improving the economic indicators of economic activity of the subject, as well as raising the standard of living within it. This article describes the brand concept as an integrated element of the medium — and long-term development strategy of the Irkutsk region.

Keywords: brand, marketing strategy, strategy, regional development

УДК 338.1

ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА ТЕРРИТОРИИ ЧЕРЕЗ ЗОНТИЧНЫЙ БРЕНД ЭКСПОРТИРУЕМОЙ ПРОДУКЦИИ

© Еремий А. А., Соболев А. И., 2020

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Бренд территории — это то, что привлекает инвесторов, туристов, повышает лояльность местных жителей и производителей, придает ценность территории в глазах всех стейкхолдеров и то, что усиливает ценность и конкурентоспособность локальной продукции.

Ключевые слова: бренд территории, НМПТ, экспорт, Байкал

В 2018–2019 годах в рамках предложений по формированию и развитию бренда Иркутской области студентами САФ был проведен опрос, как среди населения региона, так и среди жителей России и иностранцев. В рамках опроса были заданы такие вопросы, как:

- Что вы знаете про Иркутскую область?
- Назовите ключевые ассоциации с Иркутской областью?
- Есть ли бренд у Иркутской области?
- Какие товары, производимые в Иркутской области, вы знаете?
- Какие товары, произведенные в Иркутской области, вы бы выбрали среди других аналогичных товаров?

Сразу отметим, что опрос проводился в течение 18 месяцев, во время которых были непростые для региона климатические явления, но опрос показал следующее. Четыре ключевые ассоциации (которые назвали более 5 % респондентов — Байкал, вода Байкала, пожар, наводнение). Отметим, что «бобр» как бренд региона присутствовал практически только у населения региона, и то в небольшом проценте (рис.1). Среди товаров отмечали самолеты (небольшое количество респондентов), нефть (большинство отметивших не смогли назвать основные месторождения), и воду (респонденты вспомнили более 11 торговых марок «воды Байкала»).

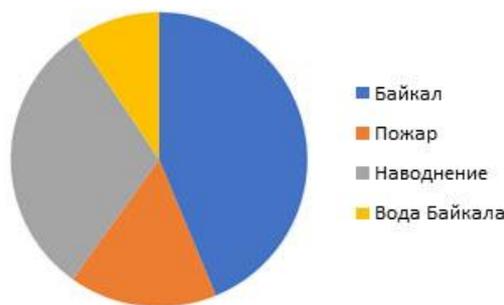


Рис.1. Ключевые ассоциации с Иркутской областью [1]

Опрос показал, что восприятие единого бренда Иркутской области, как в регионе, так и в стране и тем более за границей отсутствует. Наиболее вспоминаемой ассоциацией был «Байкал», однако и здесь оказались определенные «подводные камни». Многие респонденты внутри России воспринимают озеро Байкал как зону экологического бедствия, что

не приносит добавленной стоимости, как региону, так и производимой на его территории продукции (рис.2). Нужно отметить, что немалую роль в восприятии региона и его бренда играют СМИ, в том числе социальные медиа, быстро подхватывающие и транслирующие «негатив».

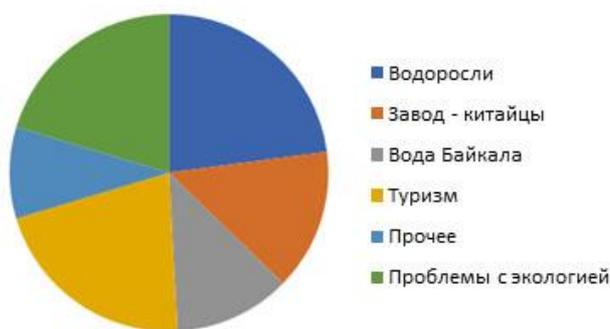


Рис.2. Ключевые ассоциации с Байкалом [1]

Еще одна проблема, связанная с продвижением бренда региона, это отсутствие как единой стратегии продвижения, поддерживаемой всеми заинтересованными сторонами (правительством региона и муниципалитетов, местными производителями, населением), так и отсутствие каналов продвижения. Это особенно хорошо прослеживается на примере продуктов питания. Местные производители выходят на внешние рынки под своими брендами (Янта, Каравай, другие производители), однако в мировом масштабе как известность и узнаваемость, так и лояльность этим брендам практически отсутствуют.

Единого экспортного зонтичного бренда, усиливающего позиции местных производителей на внешнем рынке, сегодня нет.

В разное время были предприняты попытки разработки единого регионального символа (условного «бобра»), единого товарного знака («байкальские продукты»), единой символики. Однако, внутренняя конкуренция местных производителей не стимулирует консолидацию усилий, а регион не выступает в роли инициатора такого проекта.

Нужно отметить, что для продвижения и региона, и местных товаров недостаточно разработать товарный знак или торговую марку Иркутской области, или ассоциации (группы) производителей: наличие визуальной идентификации продукции необходимо, но недостаточное условие: патентное законодательство — в том числе международное — таково, что для защиты прав производителей необходимы постоянные судебные решения по факту выявления «контрафакта», не защищающие от появления новых недобросовестных конкурентов. Более того, если говорить об использовании бренда Байкал, то в России (и за рубежом) существует

большое количество зарегистрированных торговых марок, товарных знаков, знаков отличия, использующих слово «Байкал» — начиная от оружейных брендов и производителей алкогольной продукции, и заканчивая производством лимонадов, напитков и так далее, не имеющих никакого отношения к Байкалу и региону (как в части сырья, так и в части производственных мощностей).

Вариантом защиты бренда региона может стать создание единого защищенного наименования места происхождения товара (НМПТ) — «Байкал» и выпуск на внешний и внутренний рынки продукции с защищенным НМПТ под контролем ее качества и соответствия уровню бренда (если использовать продукцию с НМПТ «Байкал» как способ популяризации бренда, то продукция должна соответствовать максимальным экологическим, этическим нормам, стандартам качества продукции международного уровня).

Как пример можно привести продвижение в представлении потребителей идеи «Байкал — чистейшее озеро» через питьевую воду, добываемую на Байкале (если вода чистая, натуральная, соответствует самым высоким стандартам, то и озеро, из которого она добывается, так же чистое. Обратная ситуация — если на рынок выходит не качественный продукт, это снижает ценность озера у потенциальных туристов, инвесторов и так далее. Более того, потенциальный покупатель питьевой воды, увидев «Байкал» на этикетке, и получив воду низкого качества, не будет вчитываться в этикетку — действительно ли это вода из озера. У него закрепится ассоциация — вода Байкала не «высшего уровня»).

Отметим, что прецеденты по контролю за использованием географических указаний и защите локальной продукции есть как на международном

уровне, так и среди регионов России. Так, например, «Тульский пряник», могут изготавливать только компании, работающие на территории Тульской области. Роспатент выдает им соответствующие свидетельства с 2007 года, но за использованием бренда производители следят сами [3].

Надо отметить, что НМПТ Байкал не должно ограничиваться только Иркутской областью. Республика Бурятия так же заинтересована в продвижении и поддержании бренда для условного туриста, покупающего бутылку «Воды из Байкала», не принципиально, в каком субъекте федерации ее добывали и разливали. Следовательно, необходима межрегиональная интеграция усилий [1].

Основными движущими силами такого проекта должны быть производители, для консолидации усилий которых должна быть создана единая ассоциация производителей продукции с НМПТ «Байкал». НМПТ — это то, чем пользуются «Тульский пряник», «Вологодское масло» и многие другие, потому что эти названия включают в себя указание на определенную местность. Именно НМПТ помогает товарам выделяться среди другой продукции, но чтобы эффект был действительно положительным, необходимо заниматься этим вопросом, контролировать высокое качество продукции и т.д.

Задачи такой ассоциации — это разработка единых правил и требований к продукции с НМПТ «Байкал», экспертиза и разрешение на выпуск и реализацию продукции с НМПТ «Байкал», развитие и продвижение товарных знаков. Однако, для организации такой ассоциации, поддержания ее деятельности, контроля за монополизацией отраслей, которые курирует ассоциация, проверки соответствия качества товара необходимо наличие внешнего контролирующего органа, которым может выступить такая независимая и неправительственная организация, как торгово-промышленная палата Восточной Сибири (ТПП ВС).

Это тем более целесообразно, учитывая тот факт, что в 2019 году ТПП ВС совместно с министерством сельского хозяйства Иркутской области был разработан региональный бренд «BAIKALNATURAL», предназначенный для брендинга продукции сельскохозяйственных предприятий Приангарья, ориентированных на экспорт. Необходимо отметить, что поручение по созданию защищённого бренда для отечественной продукции прозвучало в послании Президента страны Владимира Путина в феврале 2019 год. Кроме того, необходимость разработки узнаваемых региональных брендов экологически чистой, так называемой «зеленой» продукции, широко обсуждалась на Всероссийской агропромышленной выставке «Золотая осень –2019».

В основе разработанного специалистами ТПП ВС регионального бренда «BAIKALNATURAL» лежит уникальный образ Байкала, символизирующий природную чистоту. Лепестки

цветка, по очертанию напоминающие Байкал, складываются в бутон, а количество лепестков соотносится с числом отраслей АПК Иркутской области. Как пояснили разработчики бренда, наличие товарного знака «BAIKALNATURAL» подтверждает, что в производстве продукции используются только экологичные и безопасные для здоровья человека технологии, а производитель гарантирует ее высокое качество при выходе на внешние рынки. Продукция предприятий из Иркутской области впервые была представлена под международным товарным знаком «BAIKALNATURAL» осенью 2019 года на выставках в Пекине и Шанхае, в мае 2020 года планируется использование данного товарного знака на крупной международной экспортной выставке в Китае.

В дальнейшем, в рамках развития бренда «BAIKALNATURAL», ТПП ВС совместно с региональным минсельхозом намерены осуществлять деятельность по «выращиванию» экспортноориентированных предприятий до требований внешних рынков, оказывать им юридическое, лингвистическое, экспертное и сертификационное сопровождение, услуги по организации выставок и бизнес-миссий и многое другое.

В декабре 2019 года специалисты ТПП ВС представили и успешно защитили проект продвижения единого регионального бренда на площадке всероссийской образовательной программы «Лидеры ТПП». Проект палаты был признан лучшей региональной практикой по развитию экспорта в системе ТПП, его реализацией заинтересовались торгово-промышленные палаты многих регионов России.

Не вызывает сомнения, что итогом работы по продвижению регионального бренда «BAIKALNATURAL» станет повышение экспортного потенциала региона, увеличение числа субъектов МСП Иркутской области, готовых и способных работать на внешнем рынке, а значит и повышение узнаваемости Приангарья в России и за рубежом.

Глава 76 ГК РФ. Согласно действующему законодательству, обеспечивается защита региональных брендов, с помощью индивидуализации товаров, к этому относятся фирменные наименования, товарные знаки, коммерческие обозначения и НМПТ (наименование мест происхождения товаров). С 27 июля 2020 года появится возможность регистрации географических указаний. Важно, под ними понимаются обозначения, идентифицирующие происходящий с территории географического объекта товар, хорошее качество, а также репутация, (п. 10 ст. 1 Закона № 230-ФЗ). Стоит отметить, что не допускается использование НМПТ лицами, которые не имеют соответствующего свидетельства, также нельзя использовать похожие сходного с НМПТ

обозначения любых товаров, которые могут ввести потребителей в заблуждение. Все товары, на которых незаконно использованы НМПТ, считаются контрафактными (п. 3 ст. 1519 ГК РФ). Все это помогает производителям сохранять хорошую репутацию, качество и иметь защиту со стороны государства [2]. ■

1. Байкал как товарный знак: в Бурятии вводят ограничения на использование имени Священного озера в коммерческих целях. [Электронный ресурс] // ООО «ИРА Телеинформ» - Электрон. дан. - URL: <http://i38.ru/obichnie-ekonomika/baykal-kak-tovarniy-znak-v-buryatii-vvodyat-ogranicheniya-na-ispolzovanie-naimenovaniya-svyaschennogo-ozera-v-kommercheskich-tselyach> (Дата обращения 28.01.2020)

2. Наименование места происхождения товара. [Электронный ресурс] // Гражданский кодекс Российской Федерации. - Электрон. дан. - URL: <http://stgkrf.ru/1516> (Дата обращения 28.01.2020).

3. Тульский пряник, адыгейский сыр: Как производители борются с подражателями. [Электронный ресурс] // MAXPARK - Электрон. дан. - URL: <http://maxpark.com/community/6437/content/5828486> (Дата обращения 30.01.2020)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Байкал как товарный знак: в Бурятии вводят ограничения на использование имени Священного

озера в коммерческих целях. [Электронный ресурс] // ООО «ИРА Телеинформ» - Электрон. дан. - URL: <http://i38.ru/obichnie-ekonomika/baykal-kak-tovarniy-znak-v-buryatii-vvodyat-ogranicheniya-na-ispolzovanie-naimenovaniya-svyaschennogo-ozera-v-kommercheskich-tselyach> (Дата обращения 28.01.2020)

Наименование места происхождения товара. [Электронный ресурс] // Гражданский кодекс Российской Федерации. - Электрон. дан. - URL: <http://stgkrf.ru/1516> (Дата обращения 28.01.2020).

Тульский пряник, адыгейский сыр: Как производители борются с подражателями. [Электронный ресурс] // MAXPARK - Электрон. дан. - URL: <http://maxpark.com/community/6437/content/5828486> (Дата обращения 30.01.2020)

Formation of the territory's brand through the umbrella brand of exported products

© Eremiy A., Sobol A., 2020

A territory's brand is something that attracts investors and tourists, increases the loyalty of local residents and producers, adds value to the territory in the eyes of all stakeholders, and increases the value and competitiveness of local products.

Keywords: territory brand, nmpt, export, Baikal

УДК 65.015

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ ЗА СЧЕТ ОПТИМИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРОРАБОТКИ ЗАКАЗОВ

© Карелин И. Г., Сафронова С. В., Чебунин Л. Э., 2020

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Данная статья обобщает результаты разработки проекта по повышению эффективности производственных процессов за счет оптимизации бизнес-процессов. В качестве инструмента оптимизации бизнес-процессов рассматривается автоматизация, в частности авторы рассматривают внедрение системы электронного инструментального обеспечения.

Ключевые слова: бизнес-процесс, технологическая проработка заказа, система электронного учета инструмента, оптимизация

В современной экономике предприятиям необходимо постоянно совершенствовать процессы, связанные с производством и сбытом продукции, а также повышать эффективность использования всех активов предприятия.

Иркутский Авиационный Завод (ИАЗ) филиал ПАО «Корпорация «Иркут» не является исключением и постоянно повышает эффективность производственных процессов. Иркутский Авиационный Завод входит в состав ОАК производит авиационную технику военного назначения, параллельно проходит реализация масштабного проекта по строительству

гражданского авиалайнера МС-21. Самолет МС-21 является прямым конкурентом таких гигантов авиастроения как Airbus и Boeing. Для успешной реализации проекта по строительству гражданского самолета МС-21 ИАЗ проводит техническое перевооружение, обновляя парк станочной техники, внедряя высокопроизводительные станки с числовым программным управлением (ЧПУ) и линию автоматической сборки; совершенствует свои внутренние бизнес-процессы, путем внедрения информационных технологий. Одним из примеров внедрения информационных технологий является внедрение системы электронного учета инструмента, внедрение которой осуществляется в

инструментальном цехе ИАЗ. Внедрение системы электронного учета инструмента позволит автоматизировать учет инструмента ИАЗ и как следствие оптимизирует бизнес-процесс технологической проработки заказов.

Развитие инструментального производства на базе Инструментального цеха в составе Иркутского авиационного завода значительным образом влияет на эффективность работы самого предприятия. В рамках анализа деятельности инструментального цеха, была составлена схема движения заказа на изготовление инструмента, которая представлена на рисунке 1. Определив путь движения заказа, были выделены следующие бизнес-процессы движения заказа:

- Основные:
 - оформление заказа;
 - выполнение заказа;
 - передача заказа заказчику.
- Вспомогательные бизнес-процессы:
 - технологическая проработка заказа.

Бизнес-процесс: «Оформление заказа». Заказчик (в нашем случае цех изготовитель продукции)

оформляет заявку на необходимый инструмент в плановый отдел. На основании поступившей заявки плановый отдел открывает заказ на изготовление и направляет сформированный заказ в инструментальный цех посредством электронной системы «GLOBAL» и запускается следующий бизнес-процесс «Выполнение заказа».

Бизнес-процесс «Выполнение заказа». Вновь открытый заказ поступает начальнику технологического бюро инструментального цеха для оценки технологичности конструкции инструмента, соответствие инструмента профилю деятельности цеха и назначения инженера-технолога, ответственного за технологическое сопровождение заказа. Далее происходит бизнес-процесс «Технологическая проработка заказа» (его мы подробно опишем ниже). Далее заказ обеспечивается необходимым материалом, проходит проверку на соответствие норм и запускается в производство. После запуска заказа в производство заказ изготавливается и проходит окончательный контроль в бюро технического контроля.

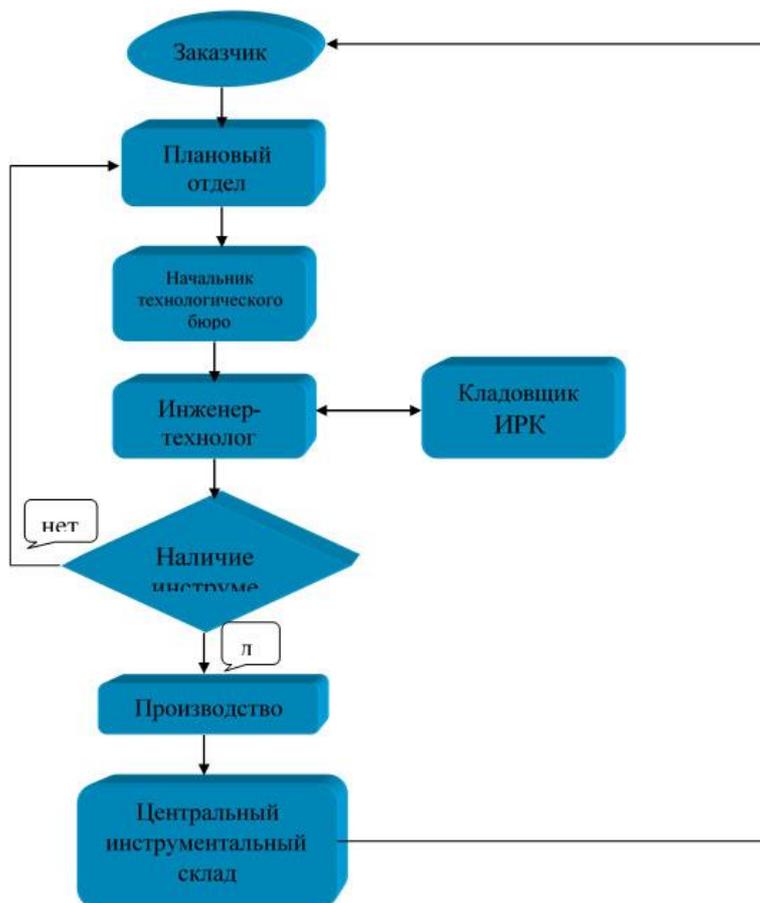


Рис. 1. Движение заказа на изготовление инструмента в инструментальном цехе

Бизнес-процесс «Передача заказа заказчику». После запуска заказа в производство заказ изготавливается, консервируется и передается на центральный инструментальный склад для дальнейшей передачи заказчику.

Бизнес-процесс «Технологическая проработка заказа». При поступлении заказа инженер-технолог определяет необходимый инструмент для изготовления заказа и вручную записывает перечень необходимого инструмента в журнал, затем

передает журнал кладовщику инструментально-раздаточной кладовой (ИРК) для проверки наличия инструмента. Кладовщик ИРК проверяет наличие инструмента и делает отметки в журнале о наличии либо отсутствии инструмента и передает журнал инженеру-технологу. В случае наличия инструмента, инженер-технолог на основании полученных данных, запускает заказ в производство или формирует заявку в плановый отдел на изготовление необходимого инструмента, в случае его отсутствия.

Составленная модель бизнес-процессов движения заказа в инструментальном цехе дает материал для их анализа, показывает места, которые необходимо оптимизировать, выявляет возможные

риски и непроизводительные затраты. Для определения бизнес-процессов, которые требуют оптимизации, необходимо провести их оценку по степени удовлетворения критическим факторам успеха (КФУ). Данная оценка будет проведена с помощью матрицы сопоставления бизнес-процессов предприятия критическим факторам успеха. В клетках матрицы проставлены оценки соответствия процесса критическим факторам успеха по пятибалльной системе. Низкие оценки процесса говорят о том, что его нужно оптимизировать или заменить сочетанием новых бизнес-процессов. Матрица сопоставления бизнес-процессов предприятия КФУ представлена в таблице 1.

Таблица 1. Матрица сопоставления бизнес-процессов предприятия КФУ

Бизнес-процессы	Высокое качество продукции	Удобство обслуживания	Скорость обработки информации	Средний балл
Оформление заказа	x	5	5	5
Выполнение заказа	3	3	3	3
Передача заказа заказчику	x	5	4	4,5
Технологическая проработка заказа	3	x	3	3

На основании данных, полученных в результате исследования текущего состояния бизнес-процесса технологической проработки заказов, выявлено что бизнес-процесс «технологическая проработка заказа» протекает медленно, что в свою очередь замедляет начало следующего бизнес-процесса «выполнение заказа». Медленное протекание бизнес-процесса обусловлено отсутствием автоматизации процесса. Ручной труд при протекании данного процесса способствует увеличению сроков протекания процесса, а также увеличению ошибок, связанных с влиянием человеческого фактора. С целью оптимизации

бизнес-процесса «Технологическая проработка заказа» необходимо провести автоматизацию процессов, протекающих в рамках данного бизнес-процесса.

Наиболее эффективным во всех аспектах решением при выборе инструмента автоматизации является рассмотрение продуктов компаний, уже сотрудничающих с ПАО «Корпорация «Иркут» и продуктов, удовлетворяющих требованиям ИАЗ. Анализ систем электронного учета инструмента на соответствие запрашиваемым требованиям представлен в таблице 2.

Таблица 2. Анализ систем электронного учета инструмента на соответствие запрашиваемым требованиям

Требования к системе	Системы электронного инструментального обеспечения		
	TDM V4	WinTool	Global-EAM
Оптимизация бизнес-процессов	+	+	+
Подбор инструмента	+	-	+
Контроль инструмента	-	-	+
Отслеживание истории движения инструмента	+	-	+
Инвентаризация инструмента	-	+	+
Оптимизация складских остатков	+	+	+
Разграниченный доступ пользователей к данным	-	+	+
Автоматизация формирования отчетов	+	-	+
Резервное копирование	+	+	+

Проведенный анализ отображает ключевые особенности систем электронного учета инструмента. Анализ показывает, что решение от

компании Global является более технологичным и более привлекательным. Система электронного учета инструмента, разработанная компанией Global,

позволяет обеспечить мониторинг за всем инструментом, находящимся в подразделениях ИАЗ, а также в автоматическом режиме осуществляет контроль над наличием остатков того или иного инструмента, для своевременного составления заявки на обеспечение недостающим инструментом. Явным плюсом решения также служит распространенность системы и большое количество специалистов по поддержке. В период с 2008 по 2012 гг. на Иркутском авиационном заводе произошло внедрение электронной системы управления активами Global-EAM. В результате внедрения данной системы были внедрены следующие модули:

- регистрация и учет движения активов;
- управление техническим обслуживанием и ремонтом;
- управление затратами на техническое обслуживание и ремонт;
- аналитика и отчеты.

Внедрение отдельных модулей системы Global-EAM на ИАЗ позволило оптимизировать и автоматизировать большое количество бизнес-процессов происходящих внутри предприятия. Положительные результаты внедрения системы также являются немаловажным фактором для принятия решения в пользу системы Global-EAM. Рассматривая варианты, представленные другими компаниями, авторами был сделан вывод, что они не в полной мере отвечают заданным требованиям и не смогут в полной мере удовлетворить всех участников проекта. Так же стоит отметить, что при выборе варианта, предложенного другими компаниями участникам проекта, придется потратить гораздо больше средств на обучение персонала. Внедрение системы электронного учета инструмента, созданной на базе системы Global, позволит в полной мере решить задачи, которые поставлены на начальном этапе реализации проекта. После реализации проекта схема движения заказа, на изготовление инструмента, претерпит изменения и будет иметь вид, представленный на рисунке 2. Бизнес-процессы движения заказа будут иметь следующий вид:

- основные;
- оформление заказа;

- выполнение заказа;
- передача заказа заказчику.
- вспомогательные бизнес-процессы;
- технологическая проработка заказа.

В результате реализации проекта частично будет автоматизирован бизнес-процесс «Технологическая проработка заказа».

Далее рассмотрим бизнес-процесс «Технологическая проработка заказа» после реализации проекта. При поступлении заказа инженер-технолог определяет необходимый инструмент для изготовления заказа и заносит инструмент в отдельное поле внутри заказа, путем выбора из раскрывающегося списка. Система при выборе того или иного инструмента в режиме online показывает наличие, либо отсутствие инструмента в ИРК. В случае наличия инструмента, инженер-технолог на основании полученных данных, запускает заказ в производство или формирует заявку в плановый отдел на изготовление необходимого инструмента, в случае его отсутствия. Данный процесс будет осуществляться инженерами-технологами самостоятельно, с помощью системы электронного инструментального обеспечения. При этом привлечение кладовщиков инструментально-раздаточной кладовой и использование бумажных журналов не потребуются. Дополнительным преимуществом внедрения системы при оптимизации бизнес-процесса является возможность проверки наличия требуемого инструмента в других подразделениях завода. Данная функция применима при изготовлении срочных и «аварийных» заказов, когда время на изготовление заказа строго ограничено.

По итогам оптимизации бизнес-процесса мы получим положительный эффект, который можно разделить на два основных направления:

- сокращение времени затрачиваемого на протекание бизнес-процесса «технологическая проработка заказа»;
- повышение качества бизнес-процесса «технологическая проработка заказа».

Эффект, полученный в результате оптимизации бизнес-процесса, имеет большое значение, так как напрямую влияют на сокращение издержек производства и качество выпускаемой продукции.

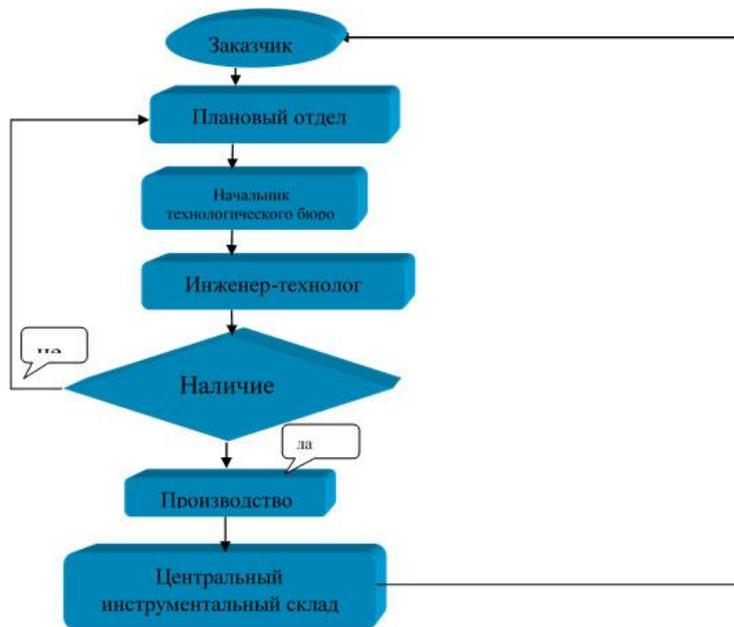


Рис. 2. Движение заказа на изготовление инструмента в инструментальном цехе после реализации проекта

На сегодняшний день технологическая проработка заказов имеет низкий процент автоматизации, однако после реализации проекта

планируется повысить этот показатель. Повышение уровня автоматизации представлено на рисунке 3.

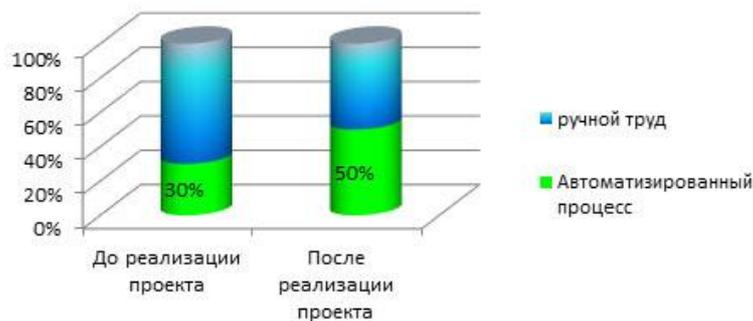


Рис. 3. Уровень автоматизации процесса после реализации проекта

Основой автоматизации технологической проработки заказа является сокращение времени Инженера-технолога на проверку наличия инструмента. Рассмотрим подробнее и проанализируем, какое количество времени затрачивается на данную операцию. Для удобства восприятия данные сведены в таблицу 3.

Анализируя данные из таблицы 3, делаем вывод, что на проверку наличия инструмента для изготовления одного заказа инженер-технолог и кладовщик ИРК тратят по 18 минут рабочего времени. В среднем за рабочий день инженером технологом прорабатывается 8 заказов.

Таблица 3. Процесс проверки наличия инструмента до реализации проекта

Исполнитель	Выполняемое действие	Затрачиваемое время, мин
Инженер-технолог	Запись в журнал параметров требуемого специального инструмента (в среднем 3 позиции)	10
Инженер-технолог	Передача журнала кладовщику ИРК (путь туда и обратно)	3
Кладовщик ИРК	Проверка наличия и подбор требуемого инструмента	10
Кладовщик ИРК	Отметка в журнале результатов проверки	5
Кладовщик ИРК	Передача журнала инженеру-технологу (путь туда и обратно)	3
Инженер-технолог	Обработка полученной информации	5

Из расчета 8 часового дня, на проработку одного заказа затрачивается 60 минут, из которых 36 минут это затраты на проверку наличия инструмента инженером-технологом и кладовщиком ИРК. При этом каждый из работников на проработку 8 заказов

затрачивает по 144 минуты своего рабочего времени, что составляет 30 % от восьмичасового рабочего дня. Данные по затратам времени представлены на рисунке 4.

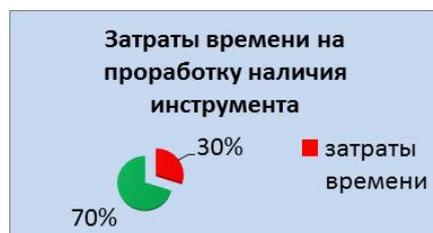


Рис.4. Затраты времени на проработку наличия инструмента

В результате внедрения системы будет создана база данных, содержащая всю информацию о инструменте, имеющемся в Инструментальной раздаточной кладовой. Процесс проверки наличия инструмента для инженера-технолога будет сведен к одной операции — обработка информации, полученной из внедренной системы. В результате чего временные затраты на проверку инструмента

составят 6 минут на один заказ, а на проработку 8 заказов — 48 минут, что составляет 10 % от восьмичасового рабочего дня. Кладовщик ИРК из данного процесса исключается полностью. Диаграмма затрат времени на проработку наличия инструмента до реализации проекта и после его реализации представлена на рисунке 5.

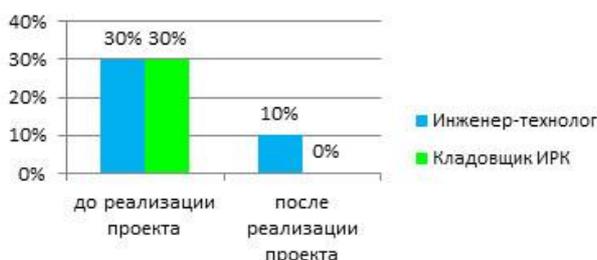


Рис. 5. Затраты времени на проработку наличия инструмента.

Таким образом, за счет сокращения временных затрат на проработку наличия инструмента, сократится общее время, необходимое на проработку заказов и позволит инженерам-

технологам увеличить количество обрабатываемых заказов как за день, так и за год в целом. Объем обрабатываемых заказов 1 сотрудником до и после реализации проекта представлено в таблице 4.

Таблица 4. Количество обрабатываемых заказов 1 сотрудником в год до и после реализации проекта

Наименование статьи	Ед. измерения	До реализации проекта	После реализации проекта
Фонд рабочего времени в год	Час	1 970	1 970
Время на обработку заказа	Мин.	60	30
В т.ч. время на проработку наличия инструмента	Мин.	18	6
Количество обрабатываемых заказов за год	Шт.	1 970	3 940

Далее произведен расчет объема обрабатываемых заказов в целом по всем подразделениям ИАЗ. Расчет произведен также до и после реализации проекта, представлен в таблице 5.

Таблица 5. Количество обрабатываемых заказов в целом по подразделениям ИАЗ

Наименование статьи	Ед. измерения	До реализации проекта	После реализации проекта
Количество сотрудников, в среднем в подразделении	Чел.	6	6
Количество подразделений	Ед.	30	30

Количество обрабатываемых заказов за год, 1 человек	Шт.	1 970	3 940
Итого количество обрабатываемых заказов	Шт.	354 600	709 200

Таким образом, в результате реализации проекта при неизменной штатной численности количество заказов, обрабатываемых инженером-технологом, увеличится в 2 раза. Максимальная загрузка производственных мощностей при одновременном снижении издержек производства особенно необходима для реализации проекта по серийному выпуску гражданского самолета МС-21. Реализация проекта позволит повысить эффективность производства за счет сокращения времени на проработку заказов инженером-технологом, что в свою очередь позволит снизить издержки на производство заказов и увеличить количество обрабатываемых заказов, без увеличения штатной численности персонала ИАЗ. Высвободившееся рабочее время инженеров-технологов и кладовщиков ИРК планируется использовать при наращивании объемов производства (производство 72 самолетов МС-21 в год). Наращивание объемов производства требует увеличения штата сотрудников. Внедрение проекта позволит не увеличивать штат инженеров-технологов и кладовщиков ИРК или свести увеличение штата к минимуму. ■

1. Материалы сайта [Электронный ресурс]//Официальный сайт корпорации Иркут. – Электрон. дан. – URL: <http://www.irkut.com/> (Дата обращения 16.10.2019)

2. Материалы сайта [Электронный ресурс]//Официальный сайт ОАК. – Электрон. дан. – URL: <http://www.uacrussia.ru/ru/corporation/> (Дата обращения 11.10.2019)

3. Материалы сайта [Электронный ресурс]//Официальный сайт Союз авиапроизводителей России. – Электрон. дан. – URL: <http://www.aviationunion.ru/> (Дата обращения 20.10.2019)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Материалы сайта [Электронный ресурс]//Официальный сайт корпорации Иркут. – Электрон. дан. – URL: <http://www.irkut.com/> (Дата обращения 16.10.2019)

Материалы сайта [Электронный ресурс]//Официальный сайт ОАК. – Электрон. дан. – URL: <http://www.uacrussia.ru/ru/corporation/> (Дата обращения 11.10.2019)

Материалы сайта [Электронный ресурс]//Официальный сайт Союз авиапроизводителей России. – Электрон. дан. – URL: <http://www.aviationunion.ru/> (Дата обращения 20.10.2019)

Improving the effectiveness of production processes through optimizing business processes during technological planning of orders

© Karelin I., Safronova S., Chebunin L., 2020

This article summarizes the results of the project on increasing the efficiency of production processes by optimizing business processes. Automation is viewed as a tool for optimizing business processes. In particular, the authors consider the introduction of the electronic tooling system.

Keywords: business process, technological elaboration of an order, electronic tool management system, optimization

УДК 377.031

КОМПЛЕКСНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ И АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ИХ УСТРАНЕНИЮ

© Касьянова А. Д., Фирсова Н. В., 2020

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В рамках развития стратегии Иркутской области в сфере образования на перспективу 10 лет, был проанализирован и выявлен ряд проблем, которые были выявлены в ходе исследования авторами. Были проанализированы и рассмотрены проблемы на каждом уровне образования в отдельности: дошкольном, школьном, профессиональном и дополнительном и предложены мероприятия по устранению и ликвидации данных проблем.

Ключевые слова: образование, уровни, проблемы, решения

Чтобы достичь качественного процесса обучения, необходимо понять и выявить комплексные проблемы и грамотно провести обучающегося через все уровни образования.

Среди особенностей Иркутской области существует ряд отличительных черт: удалённость

населённых пунктов от областного центра которая составляет до 1500 км, наличие населённых пунктов, в которых отсутствует не только интернет, но и сотовая связь, а также, население региона представлена в 130 народами со своей культурой, в которой существуют свои особенности языка и

традиций. В ходе проведенного исследования, авторам статьи удалось выявить одинаковые проблемы во всех уровнях образования.

Первая проблема кадров, которая является одной из важнейших, определяет 3 аспекта: низкая престижность профессии «учитель», отсутствие карьерного роста и нехватка профессиональных кадров на каждом из уровней образования.

В качестве предложений, авторы могут представить так называемую, «интернатуру для педагогов» из практики Красноярского и Уральского Государственных педагогических университетов [1]. Данное предложение возможно интегрировать на трёх этапах: первый — это вхождение в профессию, где школьники и дошкольники могут посещать различные образовательной организации, с лучшими практиками из школ, детских садов по типу наблюдательной практики. Второе — это учебно-развивающие направления, где проводятся лекции, мастер-классы, практики. Третье — это практико-ориентированные направления, где студенты выходят на практику в те образовательные организации, где есть наставники с конкретными знаниями и опытом в какой-либо сфере.

Вторая проблема — это карьерный рост, отсутствие перспектив развития для учителя и лимитированные возможности интеграции своих собственных разработок в учебный процесс. Данная проблема может быть решена за счет конкурсной системы, которую необходимо внедрить для улучшения ситуации, использовать «социальные лифты» или конкурсную систему, которая позволит определить лучших педагогов, оценивая их компетенции в таких конкурсах как «Учитель года», «Лучший проект», «Лучшая методика» или «Лучший урок», где выбор победителей производится на конкурсной основе и позволит улучшить имидж профессии «учитель» в глазах жителей региона и замотивирует других педагогов на участие и демонстрацию своих компетенций.

Ряд предложений, необходимых для интеграции в сферу образование: включение дополнительных социальных условий позволит расширить спектр предлагаемых услуг для педагогов на всех уровнях. Например, предоставление социального пакета, дополнительных льгот, оплата туристических путёвок или оплата проезда на транспорте позволит предоставить полный расширенный список возможностей для учителя.

Рынок репетиторов, оказывающих услуги по образованию в частном порядке, должен быть легализован и проводиться квалифицированными кадрами, в рамках школы. Проводя индивидуальные занятия, позволяя проявлять инициативу кадрам, изменять стиль преподавания, улучшать качество подачи информации по учебным курсам.

Третья проблема состоит в методологии и раскрывает несколько аспектов: взаимодействие уровней образования, повышение квалификации

переподготовки, а также, наличие опыта частных образовательных учреждений. Что касается взаимодействия школ ВУЗов и СУЗов, может быть предложен ряд программ, которые позволят улучшить работу взаимодействия нескольких уровней образования. Например, проектная работа со школами позволит учителям в формате диалога взаимодействовать друг с другом, обсуждать новые методики обучения, обмениваясь опытом, практиками и интересными наработками.

Введение дополнительных программ позволит обеспечить взаимодействие с практиками эффективного обучения, также, привлекать преподавателей к почасовой работе, профориентация позволит построить индивидуальные образовательные траектории с осознанным выбором профиля обучения благодаря конкурсной основе возможно получить дополнительные баллы в таких мероприятиях, как Компьютериада [2]. Развитие, масштабирование и создание открытого доступа к таким конкурсам позволят выделить талантливых и компетентных учащихся в школах.

Следующим предложением является интеграция системы, что подразумевает инвестиции в развитие, то есть выплаты от государства, за счет которых можно будет улучшить свои знания в профессиональной сфере. Следующая проблема — это цель образовательного процесса: детский сад — это не досуговое место времяпрепровождения, а школа — не центр для подготовки к ЕГЭ. Необходимость создания индивидуального плана развития, например, решение кейсов на чемпионатах, стратегических сессиях, в рамках проектного обучения с возможностью на практике реализовать свои компетенции.

Привлечение бизнеса на примере школы Samsung в лицее №2 позволяет напрямую сотрудничать и формировать перспективы развития в собственном регионе посредством субсидирования и льгот для компаний. Автоматизация сопровождающих процессов демотивирует и приводит к профессиональному выгоранию большое количество рутины педагогической специальности налагает особую нагрузку на работающий персонал, в связи с этим мы предлагаем необходимость создания продукта, который исключает лишние процессы из работы.

Таким образом, необходимо применить к использованию ряд предложений, которые помогут качественно изменить сферу образования в лучшую сторону. ■

1. Красноярский Государственный Университет им. В. П. Астафьева / Педагогическая интернатура в КГПУ им. В. П. Астафьева // [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – URL: <http://www.kspu.ru/page-14769.html> (Дата обращения: 15.03.2020)

2. Информационно-методический центр развития образования/ Иркутская компьютериада – 2020//

[Электронный ресурс] – Электрон. дан. – URL: http://mc.eduirk.ru/index.php?option=com_k2&view=item&id=152:irkutskaya-kompyuteriada&Itemid=144 (Дата обращения: 15.03.2020)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Информационно-методический центр развития образования/ Иркутская компьютериада – 2020// [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – URL: http://mc.eduirk.ru/index.php?option=com_k2&view=item&id=152:irkutskaya-kompyuteriada&Itemid=144 (Дата обращения: 15.03.2020)

Красноярский Государственный Университет им. В. П. Астафьева / Педагогическая интернатура в КГПУ им. В. П. Астафьева // [Электронный ресурс]

– Электрон. дан. – URL: <http://www.kspu.ru/page-14769.html> (Дата обращения: 15.03.2020)

Comprehensive education problems and alternative suggestions for their elimination

© **Kasianova A., Firsova N., 2020**

As part of the development of the Irkutsk region's educational strategy for a 10-year perspective, a number of problems that were identified during the study by the authors were analyzed and identified. Problems were analyzed and considered at each level of education separately: preschool, school, professional and additional, and measures were proposed to eliminate and eliminate these problems.

Keywords: education, levels, problems, solution

УДК 330.12

СОСТОЯНИЕ ЭКОЛОГИИ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА КАЧЕСТВО ЖИЗНИ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

© **Касьянова А. Д., Фирсова Н. В., Фроленок В. В., 2020**

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье представлен анализ влияния экологических факторов на качество жизни, проведенный студентами 3 курса Сибирско-американского факультета Байкальской Международной Бизнес Школы, предложены мероприятия по улучшению состояния экологии, проведена оценка ситуации экологии среди регионов России по качеству экологических факторов.

Ключевые слова: качество жизни, экология, население, Иркутская область

Качество жизни — это важная характеристика региона, которая определяется многими факторами: экономическими, социальными, политическими и экологическими. Экологические факторы в равной степени, комплексно влияют на качество жизни.

Характерной чертой современной цивилизации является рост городов, постепенное развитие, увеличение числа новых зданий и предприятий, рост населения, следовательно, интенсивное использование природных ресурсов и автотранспорта. Последствиями данных изменений являются истощение природных ресурсов и чрезмерное загрязнение природной среды. Стремление городов в регионе развиваться и масштабироваться имеет как положительную, так и негативную стороны. Количество рабочих мест растет за счет появления новых компаний на рынке, однако увеличивается и нагрузка на экологию региона: выбросы вредных веществ в атмосферу, загрязнение водных ресурсов, а также, неосознанное использование природных ресурсов, может привести к ухудшению качества жизни.

Качественная городская среда, комфортное пространство для жизни, хорошее состояние окружающей среды способствует улучшению качества жизни, поэтому необходимо разработать

концепцию по формированию экологической культуры. По данным экологического рейтинга организации «Зеленый патруль» [3], можно сделать вывод о том, что в Иркутской области необходимо обратить особое внимание на проблемы, существующие в экологическом аспекте региона и сформировать решение по устранению и ликвидации возникающих факторов, которые негативно сказываются на качестве жизни.

В ходе изучения данной темы, был проведен опрос среди жителей города Иркутск о влиянии экологии на качество жизни (рис. 1). Было опрошено 120 человек в возрасте от 18 до 35 лет. После проведенного опроса было выявлено, что наиболее важным фактором для жителей является «Экология» (49 человек), что говорит о важности контроля и постоянного изучения данных об экологических показателях и состоянии природных ресурсов региона. Факторы «Качество и доступность продуктов» и «Стабильный заработок» в равной степени важны для населения как критерии, повышающие и улучшающие качество жизни. Факторы «Качество образования» и «Культурный досуг» являются наименее важными по данным опроса критериями, которые влияют на качество жизни, однако на них также стоит обращать внимание.

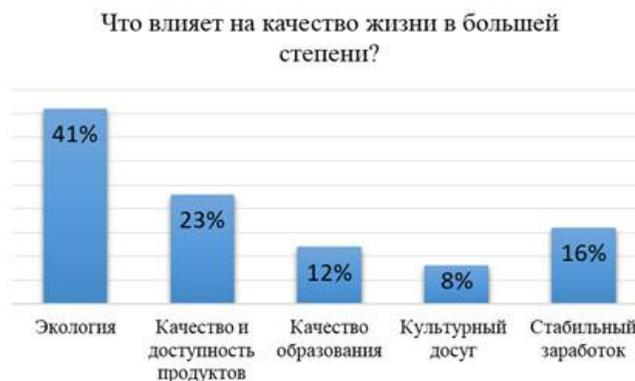


Рис. 1 Влияние факторов на качество жизни

Экологический комфорт является ценной характеристикой для региона. Согласно данным сайта [2] «Интерактивная карта свалок», где представлен рейтинг регионов, которые ликвидируют незаконно установленные свалки, Иркутская область входит в список лучших регионов, которые наиболее успешно и эффективно справляются с данной проблемой. Это значительно снижает нагрузку на земельные и водные ресурсы, которые могут подвергаться загрязнению и засорению.

При неосознанном потреблении экологическая обстановка региона падает, что негативно влияет на качество жизни населения. По данным Индекса качества городской среды Иркутской области [1], 22 города обладают статусом с «неблагоприятной городской средой». Относительно различных показателей, оценивающих качество жизни, регион в среднем насчитывает 137 баллов из 360 возможных. Все города региона по качеству проживания — с условно комфортным климатом. Проанализировав данную информацию, можно сделать вывод о том, что во всех городах (малых, больших и крупных) наименьшее количество баллов по критерию «Озелененные пространства», что говорит о необходимости разработки концепции по озеленению общественных пространств (парки, набережные, аллеи, скверы). Зеленые объекты являются важной и ценной составляющей для отдыха местных жителей и приезжающих для туристской цели гостей. Увеличение количества деревьев, сохранение природной составляющей городов области, поспособствует снижению антропогенной нагрузки на экологию, тем самым позволяет улучшить качество жизни населения.

Альтернативным мероприятием по озеленению региона могут стать акции по высадке зеленых насаждений, развитие городского ландшафта в рамках кампаний от различных организаций как способ привлечь внимание населения к такой важной проблеме как улучшение качества жизни региона. Увеличивая количество зеленых насаждений города, удовлетворяются потребности населения, что позволит местным жителям и

туристам проводить отдых с досугом в местах для активного и созерцательного отдыха.

Таким образом, проанализировав ситуацию относительно влияния экологии на качество жизни, можно сделать вывод о том, что состояние природных ресурсов оказывает влияние на степень удовлетворенности жителей. ■

1. Индекс качества городской среды / Национальные проекты // [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – URL: <https://xn----dtbccdtsyabxk.xn--p1ai/#/regions/14> (Дата обращения: 16.02.2020)

2. Интерактивная карта свалок / [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – URL: <https://kartasvalok.ru/request/170321-872> (Дата обращения: 17.02.2020)

3. Национальный экологический рейтинг / Осень 2019, Иркутская область // [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – URL: <http://greenpatrol.ru/ru/novosti/v-ust-kute-kanalizaciyu-slivayut-v-reku-lena-priamo-v-centre-goroda> (Дата обращения: 17.02.2020)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Индекс качества городской среды / Национальные проекты // [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – URL: <https://xn----dtbccdtsyabxk.xn--p1ai/#/regions/14> (Дата обращения: 16.02.2020)

Интерактивная карта свалок / [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – URL: <https://kartasvalok.ru/request/170321-872> (Дата обращения: 17.02.2020)

Национальный экологический рейтинг / Осень 2019, Иркутская область // [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – URL: <http://greenpatrol.ru/ru/novosti/v-ust-kute-kanalizaciyu-slivayut-v-reku-lena-priamo-v-centre-goroda> (Дата обращения: 17.02.2020)

Ecology status and its influence on the quality of life in the Irkutsk region

© **Kasianova A., Firsova N., Frolenok V., 2020**

The article presents an analysis of the influence of environmental factors on the quality of life, conducted by a 3rd

УДК 331.108.66

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО УПРАВЛЕНИЮ ПЕРСОНАЛОМ В УСЛОВИЯХ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ NETZSCH PUMPS RUS

© Касьянова А. Д., Фирсова Н. В., Чекрыгин М. А., 2020

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Данная статья обобщает результаты исследования, проведенного студентами 3 курса Сибирско-американского факультета Байкальской международной бизнес школы. Задачами исследования стали анализ теоретических аспектов организационного изменения в компаниях и разработка системы мероприятий по управлению персоналом на примере филиала немецкой компании по продаже и обслуживанию насосного оборудования NETZSCH PUMPS RUS.

Ключевые слова: управление человеческими ресурсами, организационные изменения, отдел по персоналу, лояльность персонала

Актуальность данной темы обуславливается несколькими моментами. В настоящее время важным этапом формирования и жизнедеятельности организации является приспособление фирмы под современные рыночные условия и растущие с каждым годом требования рыночной среды.

Из-за этого руководители компаний по мере совершенствования технологий и смены потребностей клиентов время от времени принимают решение организационных изменений в компании. Для сотрудников фирмы, которые могут легко справиться со своей работой и служебными обязанностями, изменения часто можно рассматривать как негативный процесс. К счастью, специалисты управления персоналом могут внедрить методы управления изменениями, чтобы минимизировать негативные последствия изменений и обеспечить плавный переход к новой рабочей среде.

Отдел персонала следует рассматривать как неотъемлемую часть стратегии управления изменениями в организации. Такие компании, как Tata Group и Infosys [4], весьма успешны в управлении изменениями, потому что их кадровая политика дружелюбна к сотрудникам и направлена на получение максимальной отдачи от своего персонала. Стоит отметить, что изменения похожи на то, как люди думают и по-разному развивают, и поэтому управление изменениями играет центральную роль в деятельности HR менеджмента.

Рассмотрим понятие «организационные изменения». По мнению Г. В. Широковой, «организационные изменения — это реформы в компании, в результате которых достигается изменение стремлений, ценностей и поведения людей при одновременном изменении методов, процессов, систем и стратегий» [3]. Об

организационных изменениях пишет А.А. Бовин, определяя их как «результат творческой деятельности, направленный на внедрение новых организационных решений» [2]. Все изменения в организации можно разделить на два типа [1]. К первому типу относятся операционные изменения, которые связаны с улучшением производственного процесса; вторым типом являются все трансформационные изменения, которые направлены на переориентацию функционирования организации и обновление её в целом. Такие изменения могут происходить в различных структурах и механизмах управления, в корпоративной культуре, в бизнес-процессах, в используемых технологиях и в системе управления человеческими ресурсами.

Изменения являются целенаправленными преобразованиями, которые воспринимаются каждым работником по-разному: иногда с пониманием и готовностью помочь с внедрением нового, иногда сотруднику безразличны изменения, но чаще всего работник воспринимает всё в штыки. И это не случайно, ведь большинство людей по природе консерваторы, им комфортно в той среде, в которой они находятся, поэтому они не желают что-то менять в себе и своем окружении. Ещё одной причиной, почему люди не хотят изменения, потому что любые перемены — это риски, утрата стабильности, нежелание переквалифицироваться в будущем.

В ходе проведенного исследования авторы в качестве примера обратились к компании NETZSCH PUMPS RUS. Компания осуществляет продажу и обслуживание насосного оборудования. В NETZSCH PUMPS RUS с начала 2019 года происходят организационные изменения по нескольким причинам. Во-первых, в компании наблюдалась на протяжении двух лет стагнация

продаж. Во-вторых, компания стремится занять лидирующие позиции на мировом рынке. Эти факты побудили руководство немецкой компании NETZSCH для повышения эффективности работы и увеличения продаж открыть новый филиала в Екатеринбурге, Россия. Следующим шагом стало принятие решение руководством компании

NETZSCH создание новой должности — директора по продажам (см. рис 1,2), который был бы ответственный за эффективное функционирование филиалов компании, за разработку и внедрение ключевых показателей эффективности для измерения фактически достигнуты результатов каждым сотрудником и всей компании в целом.



Рис. 1. Организационная структура компании NETZSCH PUMPS RUS до организационного изменения

Производственный отдел, который раньше напрямую подчинялся генеральному директору (см. рис. 1), подчинили директору по продажам, а генеральному директору, как и до 2019 года, остался в прямом подчинении весь непроизводственный и административный отдел. В подчинении

генеральному директору также стал директор по продажам, в обязанности которого стало входить предоставление отчетности о проведенной работе непосредственно генеральному директору. (см. рис. 2)



Рис. 2. Организационная структура компании NETZSCH PUMPS RUS после организационного изменения

Для эффективного внедрения нововведений в компании NETZSCH PUMPS RUS и при этом минимизировать сопротивления со стороны персонала стоит последовательно выполнить пять этапов, которые были разработаны авторами данной статьи (см. рис. 3). Эта последовательность является

циклической, при повторении этапов возможно внедрение новых изменений в организацию. Далее подробно разберем каждый этап, а точнее какие мероприятия стоит проводить и в какой последовательности.



Рис. 3. Этапы внедрения мероприятий по управлению персоналом во время организационных изменений в компании NETZSCH PUMPS RUS

Организационные изменения не могут быть внедрены в компанию пока потребность в них не будет известна всем сотрудникам, то есть до того времени пока сам персонал не поймёт, что в компании существует проблема и есть необходимость внедрения какого-либо рода изменений все нововведения будут негативно восприняты работниками. Донесение до сотрудников существующих проблем в компании и необходимости внедрения нововведений характеризует первый этап.

В компании NETZSCH PUMPS RUS пять филиалов, и не все отделы обладают полной информацией или же правильно интерпретируют её,

по этой причине стоит применить подход «информирование и общение», при котором начальство делится с подчиненными планами на будущее и говорит о проблемах компании. Для осуществления данного этапа стоит внедрить в компанию еженедельные планерные совещания перед рабочей неделей.

Оптимальная продолжительность данного мероприятия должна составлять 25 минут, за это время могут быть распределены задачи, и высказаны проблемы, которые существуют на данный момент в компании, так называемая информационный формат планерки.

Позиции сильно подверженные изменениям	Позиции немного затронутые изменениями	Позиции не затронутые изменениями
<ul style="list-style-type: none"> • Директор по продажам; • Менеджеры по продажам во всех филиалах; • Ассистенты 	<ul style="list-style-type: none"> • Генеральный директор; • Помощник генерального директора; • Логист; • Бухгалтер/ HR – специалист; • Бухгалтер/ Финансист 	<ul style="list-style-type: none"> • Водитель; • Юрист; • Переводчик; • Сервисный инженер

Рис. 4. Общее резюме позиций во время организационных изменений в компании NETZSCH PUMPS RUS

На данном этапе следующим мероприятием является, создание общего резюме позиций HR-специалистом (см. рис. 4). В нем стоит указать позиции, которые будут сильно подвержены изменениям; позиций, которые будут немного затронуты; и позиций, которые не должны быть затронуты вообще. Данным мероприятием персонал будет понимать в каких зонах имеются проблемы и на что начальство хочет обратить внимание, это поможет ускорить первый этап и приступить к следующему с минимальным сопротивлением со стороны персонала.

После того как персонал осознал, что компании действительно необходимы изменения, можно приступить ко второму этапу — избавление от страха перемен. Основными страхами персонала NETZSCH PUMPS RUS является боязнь новизны и страх непрозрачности схемы. Мероприятием по избавлению от страхов новизны может стать рассылка на почту сотрудникам информации о том, что такое организационное изменение и примеры компаний, в которых происходили подобные нововведения. Данным мероприятием начальство информирует своих подчиненных и избавляет их от недостатка информации. Мероприятие не потребует никаких финансовых вложений при этом будет достаточно эффективным, так как работники компании NETZSCH PUMPS RUS используют

почту постоянно. За время второго этапа директор по продажам, должен пристально следить за своими подчиненными и только в случае, когда персонал станет более лояльным к переменам можно переходить к следующему этапу. Эта лояльность может быть выражена: предложениями со стороны работников помощи в проведении мероприятий по изменению или положительной обратной связи.

В настоящее время многие сотрудники размыто представляют какие функции они должны выполнять и какую зону ответственности они имеют, поэтому в данной компании стоит составить должностные инструкции для каждой позиции, с целью ликвидации рисков по уменьшению производительности труда из-за переадресования обязанностей среди менеджеров. Данное мероприятие является третьим этапом и должно проходить с привлечением персонала с целью сделать лояльными персонал к проводимым нововведениям.

После того как мероприятия будут разработаны, стоит перейти к следующему четвертому этапу. На этапе непосредственного внедрения могут возникнуть сопротивления со стороны персонала в компании. Для снижения конфликтов можно применить индивидуальные и групповые способы мотивации сотрудников (см. рис. 5).



Рис. 5. Схема мероприятий по минимизации сопротивлений изменениям в компании NETZSCH PUMPS RUS

К индивидуальным мероприятиям можно отнести расширение полномочий работника, для того чтобы он смог почувствовать перспективность карьерного роста, и тем самым вовлекся в процесс разработки инструкций, и не был бы против нововведений. Индивидуальный график работы также поможет сделать коллектив лояльным. Другим мероприятием может служить создание традиций в компании, например, празднование дня рождения организации, эта программа поможет сплотить коллектив, а когда сотрудники работают в благоприятной атмосфере им проще воспринимать перемены. Не стоит забывать о том, что немецкая компания предоставляет возможность бесплатно участвовать в различных онлайн семинарах, лекциях. При факте поощрения директором по продажам участие своих подчиненных в данных обучающих программах, сотрудники лояльнее отнесутся к внедренным инструкциям и системе ключевых показателей эффективности, так как директор по продажам в их глазах станет человеком, который заботится о их развитии и благополучии на рабочем месте.

Административный и производственный персонал компании NETZSCH PUMPS RUS предпочитает работу отдыху, что отрицательно сказывается на эффективности их работы и становится причиной отторжения нововведений и недовольства со стороны филиалов из-за повышения контроля в связи с организационными преобразованиями, которые привносятся благодаря организационным изменениям в компании. Можно использовать нестандартный способ мотивирования сотрудников — «отпускной бонус». Каждый

сотрудник должен пробыть в отпуске и предоставить начальнику доказательства, что эти дни он не занимался работой, а проводил активный отдых или путешествовал со своей семьей, друзьями. После чего они получают небольшую денежную премию. Благодаря этой мотивации сотрудники не только будут приходить счастливыми на работу, но и с радостью будут сами участвовать в разработке должностных инструкций. За данное мероприятие в компании NETZSCH PUMPS RUS должен отвечать HR специалист.

На пятом этапе, «замораживание», происходит закрепление результатов преобразований, при котором директор по продажам контролирует исполнение нововведений. Стоит внедрить мероприятия по получению обратной связи от сотрудников. Мероприятие даст понять начальнику правильно ли было внедрено нововведение и даст возможность контролировать выполняются изменения сотрудниками или они их избегают. Если сотрудники отрицательно относятся к нововведениям внедренным в деятельность организации на предыдущем этапе, лучше директору по продажам вернуться к этапу два и выяснить причины сопротивления, провести обширную разъяснительную работу. Обратную связь можно запрашивать разными способами, например, по почте, но эффективнее будет личная встреча, так как при индивидуальной беседе можно будет с уверенностью сказать с какими проблемами сталкивается тот или иной филиал, и при этом сами сотрудники будут чувствовать себя значимее (см. рис. 6).



Рис. 6. Схема действий при использовании мероприятия по получению обратной связи на этапе «заморозки»

Для создания видимых успехов в короткие сроки начальству стоит ставить краткосрочные цели, демонстрируя их во время планерки, и показывать своим работникам, что данные организационные изменения идут только на пользу. Такими действиями начальство психологически помогает своим подчиненным поверить в то, что внедренные системы способствуют не только улучшению положение в компании, но и создают благоприятную атмосферу для самих сотрудников.

Итогом выше сказанного, хотелось бы отметить, что необходимо понимать потенциальные психологические последствия организационных изменений в компании, в следствии чего возникают сопротивления персонала. Создание мероприятий по преодолению данных сопротивлений и вовлеченность сотрудников в происходящие изменения с большей вероятностью позволяют работникам быть гибкими и относиться лояльно к происходящим изменениям в компании. ■

1. Агаева А. Н. Влияние реализации функций и социальных технологий самоменеджмента на развитие и грамотное взаимодействие персонала в организации / А. Н. Агаева, Л. Р. Яковлева // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2017. – 120с.

2. Бовин А. А. Управление инновациями в организации: Учеб. пособие по специальности «Менеджмент организации» / А. А. Бовин, Л. Е. Чередникова, В. А. Якимович. — 3-е изд., стер. — М.: Издательство «Омега-Л», 2009. — 415 с.

3. Скрипченко Т. Л. Актуализация проведения изменений в современной организации и особенности управления ими [Электронный ресурс] / Т. Л. Скрипченко, Л. Г. Гребеник, Е. Н. Дьячкова. // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — Электрон. дан. — 2017.— URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/302582>. (дата обращения: 18.02.2020)

4. Eugene McKenna Human resource management a concise analysis/ Eugene McKenna, Nic Beech — 2008. — 401с.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Eugene McKenna Human resource management a concise analysis/ Eugene McKenna, Nic Beech — 2008. — 401с.

Агаева А. Н. Влияние реализации функций и социальных технологий самоменеджмента на развитие и грамотное взаимодействие персонала в организации / А. Н. Агаева, Л. Р. Яковлева // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2017. – 120с.

Бовин А. А. Управление инновациями в организации: Учеб. пособие по специальности «Менеджмент организации» / А. А. Бовин, Л. Е. Чередникова, В. А. Якимович. — 3-е изд., стер. — М.: Издательство «Омега-Л», 2009. — 415 с.

Скрипченко Т. Л. Актуализация проведения изменений в современной организации и особенности управления ими [Электронный ресурс] / Т. Л. Скрипченко, Л. Г. Гребеник, Е. Н. Дьячкова. // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — Электрон. дан. — 2017.— URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/302582>. (дата обращения: 18.02.2020)

Development of human resources management activities under conditions of organizational changes on the example of Netzsch Pumps Rus

© Kasianova A., Firsova N., Chekrygin M., 2020

This article summarizes the results of a study conducted by 3rd year students of the Siberian-American faculty of the Baikal International Business School. The objectives of the study were to analyze the theoretical aspects of organizational change in companies and develop a system of personnel management measures using the example of a branch of the German company for the sale and maintenance of pumping equipment NETZSCH PUMPS RUS.

Keywords: human resources management, organizational change, personnel department, staff loyalty

ИЗМЕНЕНИЕ БЫТОВЫХ ПРИВЫЧЕК ЛЮДЕЙ В СВЯЗИ С ТЕКУЩЕЙ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СИТУАЦИЕЙ

© Касьянова А. Д., Фроленок В. В., Чекрыгин М. А., 2020

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье рассматривается текущая ситуация с бытовыми привычками населения, которые приводят к пагубным последствиям для окружающей среды и самих людей. Решением проблем экологии, связанных с текущими бытовыми привычками, может стать их изменение путем использования концепции «zero waste» и сопутствующих ей принципов.

Ключевые слова: экология, бытовые привычки, раздельный сбор мусора, альтернативная энергетика, экономика совместного потребления, многоразовое использование, экологическое образование

Современное общество динамично развивается и изменяется во всех сферах общественной жизни благодаря научно-техническому прогрессу (НТП). При этом, темпы развития НТП настолько велики, что человечество не всегда успевает сразу перестроиться под новые жизненные уклады.

Уже сейчас многие компании и страны говорят о внедрении глобальной спутниковой сети интернет с площадью покрытия в весь земной шар, в то время как 10 лет назад такие идеи казались неосуществимыми. Так, у НТП есть и негативная сторона развития, начавшаяся со времен промышленной революции, произошедшей в XVIII–XIX веках, когда ручной труд был заменен на машинный. Уже спустя непродолжительный период времени, Лондон, являвшийся центром индустриализации, стал похож на город, который всегда находился в тумане. Такой внешний вид города был вызван смогом, появившимся из-за большого количества производственных предприятий. Таким образом, научно-техническое развитие общества, начиная с XVIII века, сопряжено с резким изменением экологической ситуации.

В отличие от времен промышленной революции, в настоящее время объемы производства возросли до такой степени, что планета не справляется с теми негативными последствиями, которые неизбежны при таком подходе. Научно-технический прогресс позволяет удешевить технологию производства, увеличить объем производства, а в совокупности эти факторы снижают цену готового продукта. Потребитель, в свою очередь, получает возможность приобрести много дешёвого товара, зачастую с низким качеством. Возрастающий объем потребления создает, также, и рост отходов, которые в большинстве случаев вредят экологии.

Угрозы, создаваемые жизнедеятельностью современных людей, носят глобальный характер и требуют устранения путем массового изменения бытовых привычек населения всей планеты. Бытовые привычки являются одной из основных проблем ухудшения экологической ситуации.

Последствия бытовых привычек

На протяжении всей человеческой истории люди не задумывались о последствиях их развития. В

первобытном обществе отходы жизнедеятельности людей никак не отравляли почву, так как они питались только мясом и растениями, иными словами, от их потребления оставались лишь органические отходы. Далее, с приходом научно-технической революции, а также с открытиями новых химических веществ, в 1855 году Александром Парксом была получена первая пластмасса. На сегодняшний день дешёвизна производства пластика сделала его самым используемым материалом на планете, начиная от пластиковых упаковок и заканчивая различными бытовыми принадлежностями. После использования люди выбрасывали пластик вместе с остальными мусорными отходами, что было крайне печальной ошибкой для общей экологической ситуации на планете.

В связи с постоянно возрастающим объемом потребления у населения, увеличивается также и количество отходов. Согласно статистике [1], в России на переработку отправляется только 4 % всех отходов. Остальной мусор складывается на свалках и мусорных полигонах. Иногда отсутствие у людей полезных привычек и культуры приводит к появлению незаконных свалок, как, к примеру, в Нижегородской области, где за прошедший 2019 год ликвидировали 371 незаконную свалку [2]. Создание таких свалок является наказуемым правонарушением, вплоть до уголовной ответственности, поскольку отходы, помимо загрязнения окружающей среды, приводят к появлению различных переносчиков инфекционных заболеваний, к примеру, крыс. А это, в свою очередь, может привести к эпидемии новых вирусов. Особенно актуально это в сложившейся ситуации вокруг коронавируса, который является неизученной и крайне опасной формой заболевания людей.

В России в следствие огромных площадей страны, которые часто являются неиспользуемыми, люди привыкли к мусорным полигонам, куда свозится большая часть мусора. Самым обсуждаемым в 2019 году стал проект, запущенный неподалеку от станции Шиес в Архангельской области. Этот проект вызвал огромный общественный резонанс, поскольку местные жители

запустили волну народных волнений по поводу строительства мусорного полигона. Вплоть по сегодняшний день продолжают разбирательства касательно данной ситуации [3]. Эта ситуация говорит о том, что население России задумывается об экологической обстановке как в своем регионе, так и в мире.

Твердые бытовые отходы влияют на окружающую среду, и при их большом количестве на свалках часто могут возникать несколько видов проблем [4]:

- попадание вредных веществ в виде влаги с токсическим составом, образованным благодаря гниению отходов и осадков в грунтовые воды, которые являются частью гидросферы планеты;
- также, оказывается вредное влияние на почву, которая становится непригодной для ведения на ней хозяйства;
- образующиеся в результате разложения газы, попадают в атмосферу.

Таким образом, отказ от переработки мусора и складирование его на свалках и мусорных полигонах крайне негативно влияет на гидросферу, атмосферу и загрязняет почву планеты.

В последнее время стало известно об ещё одной проблеме, вызванной техногенным загрязнением гидросферы планеты. Речь в данном случае идёт о мусорном континенте, или как его ещё называют, Большом тихоокеанском мусорном пятне, которое сформировалось благодаря группе течений, расположенным в этом участке океана. Обнаруживший это пятно океанолог Чарльз Мур заявляет, что 80 % мусора прибывает из прибрежных вод, находящихся в непосредственной близости от континентов, а 20 % попадает в океан напрямую из кораблей. Этот мусор, естественно, разлагаясь, отравляет всю флору и фауну, находящуюся вокруг мусорного пятна. Площадь мусорного континента оценивают в пределах от 700 000 до 15 000 000 квадратных километров, а объем общей массы мусора примерно в 100 миллионов тонн [5].

Таким образом, образ жизни современного человечества представлен эпохой потребления. В эту эпоху человечество потребляет все товары и услуги в колоссальных масштабах и не задумывается о том вреде, который наносится всей экосистеме из-за выбрасываемых отходов. Весь мусор и отходы потребления сначала идут по мусоропроводу (в многоэтажных жилых домах), а затем увозятся на один из множества мусорных полигонов. Также, человечество привыкло к тому, чтобы покупать больше, чем потребляет. Таким образом, множество продуктов также отправляются на свалку после того, как срок их хранения истекает. Другим примером является одежда, которую люди привыкли выбрасывать после того, как пройдет один сезон, или же выйдет новая коллекция.

Новый бытовой уклад

В связи с угрозами, возникающими в процесс жизнедеятельности людей в текущем бытовом укладе, возникает потребность выработать новый, более релевантный ситуации уклад жизни, поменять бытовые привычки и изменить отношение к потреблению.

К счастью, человечеству присуще не только разрушение, но и созидание. В свете происходящего засорения планеты, глобального потепления, исчезновения видов флоры и фауны и другого, некоторое количество исследователей, активистов и просто небезразличных людей разрабатывают и применяют различные методы сохранения окружающей среды. Об этих инструментах будет рассказано ниже.

Zero waste (ноль отходов) — концепция, сформировавшаяся в обществе экологических активистов, формирующая уклад жизни, который подразумевает осознанный образ жизни и минимизацию отходов [6]. Данная концепция позволяет снизить количество мусора, выбрасываемого людьми, а также сэкономить средства на покупку новых вещей и продуктов. Базируется концепция на принципах 5R [7] (Refuse, Reduce, Reuse, Recycle, Rot).

Refuse — откажись. Суть принципа заключается в следующем: «не покупай слишком много лишнего» и «откажись от вредных экологии товаров». Основной акцент сделан на отказ от упаковки, изготовленной из пластика. Рекомендуется приобрести тканевую, многоразовую сумку для похода в магазин; брать товары не в упаковке, а на развес; приобрести флягу для воды и наливать воду в нее, не покупать воду в пластиковых бутылках; купить многоразовую кружку для кофе и отказаться от стаканчиков и крышек в кофейне.

Reduce — сократи. Суть принципа: «сократи потребление». 80 % вещей, которые есть в доме современного человека, ему не нужны. Количество покупаемого можно сократить в разы. Также следует сократить использование общественного транспорта и авто, по возможности ходить пешком. Выключать свет и воду там, где это необходимо и. т. д. Refuse и Reduce помогут избавиться от использования вредных для природы вещей.

Reuse — используй повторно. У вещей, которые мы привыкли выбрасывать может быть «вторая жизнь». Одежда может быть сдана в second hand, пластиковые бутылки использованы под рассаду, отпечатанные на принтере бумаги могут быть использованы с обратной стороны. Эти и другие варианты повторного использования тех же ресурсов сократит объемы потребления и выбросов.

Recycle — перерабатывай. Суть данного принципа в том, чтобы раздельно собирать мусор (стекло, металл, пластик, бумага), затем сдавать на переработку, на которой из отходов создают новые продукты, таким образом используя уже

произведенный предмет, не увеличивая объемы этого мусора.

Rot — компостируй. Органический мусор необходимо закапывать или создавать компостные ямы, для того чтобы создавать удобрения, в случае если нет такой возможности, в продаже есть небольшие компостеры для квартир.

Ещё одной полезной привычкой (в случае использования пластика), помимо обозначенных, может стать привычка «сжимать» (к примеру, пустые пластиковые бутылки). Так будет экономиться место, которое можно будет заполнить иными пластиковыми изделиями, отправляемыми на переработку.

Кроме упомянутых в 5R-концепции методов сокращения потребления, существуют и другие. Например, «свопы» — это площадки по обмену вещами. Если есть вещь, которая не нужна ее можно принести на «своп» и обменяться на что-то нужное. Также, необходимо обратить внимание на использование воды и электричества. Его можно в разы сократить путем выработки простых привычек. Выключать свет, когда он не нужен, использовать энергосберегающие лампы, вытаскивать вилки бытовых приборов из розетки, когда в этом нет необходимости. Касательно воды, стоит пользоваться посудомойкой и стиральной машиной, они на мойку и стирку потребляют ограниченное количество воды, главное заполнять их полностью, также стоит выключать воду, при намыливании посуды или тела при приеме душа. Еще, хорошей привычкой может стать участие в ежегодной лесопосадке.

Нетрудно понять, что человеческая жизнедеятельность в современном понимании не безвредна для природы и самого человечества. Таким образом, человечеству необходимо изменять свой жизненный уклад, отказываться от старых вредных для экологии привычек и вырабатывать новые, призванные положительно влиять на ситуацию с экологией планеты. Несмотря на то, что сама инициатива такого поведения должна исходить от государства, а также регулироваться международными нормами, каждый отдельно взятый индивид должен самостоятельно предпринимать действия для сохранения природы. Концепция Zero Waste и описанные выше принципы могут стать отличным первым шагом на пути к новому бытовому укладу. ■

1. Мусорная статистика: в России перерабатываются только 4 % отходов [Электронный ресурс] // 2017.-URL: <https://mir24.tv/news/16268644/musornaya-statistika-v-rossii-pererabatyvayutsya-tolko-4-othodov> (Дата обращения: 10.01.2020)

2. В Нижегородской области за год ликвидировали 371 незаконную свалку [Электронный ресурс] // 2020.-URL: <https://nn.rbc.ru/nn/freenews/5e1d83969a794734fda36d0c> (Дата обращения: 15.01.2020)

3. Компания «Технопарк» обжаловала решение суда о сносе построек на станции Шиес [Электронный ресурс] // 2020.-URL: <https://www.interfax.ru/russia/693379> (Дата обращения: 31.01.2020)

4. Негативные последствия захоронения мусора на полигонах [Электронный ресурс] // 2019.-URL: <https://musorish.ru/negativnye-posledstviya-zahoroneniya-musora-na-poligonah/> (Дата обращения: 31.01.2020)

5. Восточный мусорный континент [Электронный ресурс] // 2012.-URL: <https://nat-geo.ru/fact/vostochnyy-musornyy-kontinent/> (Дата обращения: 31.01.2020)

6. Что такое Zero waste? [Электронный ресурс] // 2019.-URL: <https://www.rbc.ru/trends/green/5d6bf09d9a7947a2afc38cc0> (Дата обращения: 31.01.2020)

7. 5R: как жить по принципу ноль отходов [Электронный ресурс] // 2019.-URL: <https://greenpeace.ru/blogs/2019/07/08/5r-kak-zhit-po-principu-nol-othodov/> (Дата обращения: 31.01.2020)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

5R: как жить по принципу ноль отходов [Электронный ресурс] // 2019.-URL: <https://greenpeace.ru/blogs/2019/07/08/5r-kak-zhit-po-principu-nol-othodov/> (Дата обращения: 31.01.2020)

В Нижегородской области за год ликвидировали 371 незаконную свалку [Электронный ресурс] // 2020.-URL: <https://nn.rbc.ru/nn/freenews/5e1d83969a794734fda36d0c> (Дата обращения: 15.01.2020)

Восточный мусорный континент [Электронный ресурс] // 2012.-URL: <https://nat-geo.ru/fact/vostochnyy-musornyy-kontinent/> (Дата обращения: 31.01.2020)

Компания «Технопарк» обжаловала решение суда о сносе построек на станции Шиес [Электронный ресурс] // 2020.-URL: <https://www.interfax.ru/russia/693379> (Дата обращения: 31.01.2020)

Мусорная статистика: в России перерабатываются только 4 % отходов [Электронный ресурс] // 2017.-URL: <https://mir24.tv/news/16268644/musornaya-statistika-v-rossii-pererabatyvayutsya-tolko-4-othodov> (Дата обращения: 10.01.2020)

Негативные последствия захоронения мусора на полигонах [Электронный ресурс] // 2019.-URL: <https://musorish.ru/negativnye-posledstviya-zahoroneniya-musora-na-poligonah/> (Дата обращения: 31.01.2020)

Что такое Zero waste? [Электронный ресурс] // 2019.-URL: <https://www.rbc.ru/trends/green/5d6bf09d9a7947a2afc38cc0> (Дата обращения: 31.01.2020)

The change of everyday habits of people according to current ecological situation

© Kasianova A., Frolenok V., Chekrygin M., 2020

The article describes the current situation with everyday habits of people, that become a cause of bad consequences for

environment and people's population. The decision of ecological problems is changing of current everyday habits by using «zero waste» concept and related principles.

Keywords: ecology, everyday habits, separate garbage collection, alternative energy, sharing economy, reusable use, environmental education, zero waste

УДК 65.012.6

РАЗВИТИЕ ОБРАЗОВАНИЯ В РЕГИОНЕ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

© Коростелева А. А., 2020

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье рассматривается понятие глобализации — тенденции современного мира, оказывающая существенное влияние на все стороны жизни человека и общества. Люди коммуницируют между собой и для этого необходимо изучать иностранные языки. В статье анализируются различные методы, тенденции и возможности обучения. Знание иностранных языков должно быть не академическим, а живым. Основной задачей эффективного взаимодействия между собеседниками является понимание друг друга, важно учитывать культурные, экономические и ментальные особенности. Владение иностранным языком открывает доступ к различным источникам информации.

Ключевые слова: иностранные языки, обучение, глобализация, коммуникативный подход, методы образования, коммуникация, программы обмена, культурные особенности, университеты, иностранные студенты

В последние десятилетия происходят кардинальные изменения в развитии наук. Глобализация — одна из тенденций современного мира, которая проявляется практически во всех сферах, оказывающая влияние в жизни человека и общества.

Глобализация особенно прослеживается в области науки и образования. Многие исследователи систем образования в разных странах мира сегодня придают особое значение изучению процессов глобализации. Благодаря воздействию мировых социальных, экономических, общественно-политических, культурных, производственных и образовательных процессов усиливаются взаимовлияния среди разных стран мира. Заметны изменения и в сфере образования. Государственной целью в области образования является, в первую очередь, увеличения доступности качественного образования с надлежащими условиями и требованиями инновационного развития экономики, современным потребностям общества и каждого гражданина. В настоящее время в российских регионах формируются научно-образовательные площадки, учебные заведения, окружные образовательные отделения и объединения.

Меняется групповое и индивидуальное сознание людей. Исходя из этого, образуются новые цивилизационные модели, влияющие на развитие мировой культуры и педагогики. Возникают ранее не известные возможности передачи педагогических познаний и проектов. Возрастают способности личности овладевать новыми и разнообразными духовными богатствами; осваивать новые тенденции воспитания, а также принципы образования.

Чтобы коммуницировать с людьми разных стран, необходимо знание иностранного языка. Для этого необходима непосредственная коммуникация

между изучающими язык и носителями языка. Такой способ обучения может быть реализован в разных форматах, как с помощью международных языковых стажировок, так и интеграцией иностранных студентов локальной учебной группы.

Язык — средство общения среди разных стран. Успешная коммуникация зависит от многих факторов. Самый важный — это знание культуры, традиций, систем ценностей, представлений о мире и т.п. изучаемого языка, без которых невозможно преодолеть культурный барьер между собеседниками. С увеличением потребностей людей коммуницировать с разными странами и народами, появляются новые тенденции и возможности изучения иностранных языков.

Лингвисты в современном мире просто обязаны быть мобильными и быстро реагировать на изменяющиеся условия жизни. Это, в свою очередь, подталкивает их к получению образования, которое будет признано в других странах. Международные дипломы об окончании высших учебных заведений можно получить, пройдя учебный курс в зарубежных вузах.

Российские университеты также предоставляют возможность для взаимного обмена студентов. Студенты языковых школ или университетов могут обучаться, проходить стажировку за границей на основе договоренности или партнерского соглашения. Для этого необходимо хорошее знание изучаемого языка.

Доля населения, владеющего иностранным языком в России. По данным опроса ВШЭ на 2017 г. доля населения России, владеющих иностранным языком, составляла 22,8 %. В разрезе регионов наибольшая доля наблюдается в Москве и Санкт-Петербурге [4].

Большинство правительств поощряет программы по обмену студентами как форму общественной дипломатии. Основные цели таких

программ — повышение качества образования и развитие культурных и экономических связей между странами [5].

Иркутский государственный университет — это университет, в котором существует множество обменных программ, стажировок, иностранных студентов. Согласно статистике ИГУ, в университете обучаются около 300 иностранных студентов из Китая, Монголии, Республики Корея, Германии, США, Бельгии, Франции, Ирака, Австрии, Великобритании, стран СНГ. Заметно увеличилось число студентов Иркутского университета, которые выезжают на языковые стажировки — практически в два раза. Также возросло количество командировок среди сотрудников университета [6].

Для студентов Иркутского университета предоставляют возможность пройти полугодовые и годовые стажировки в университетах-партнерах Китая, Кореи и Японии и других странах. В рамках языковых стажировок, студенты изучают теорию и

практику иностранного языка, устный и письменный перевод, основы межкультурной коммуникации, информационные технологии в лингвистике, а также практикум по культуре речевого общения разных языков.

Есть много обменных программ, благодаря которым иностранные студенты приезжают в наш город и погружаются в учебный процесс. Такие программы позволяют студентам ИГУ ближе познакомиться с историей, языком, традициями стран и культур. Будущим профессионалам необходимо постоянно повышать свой уровень знаний, расширять кругозор, повышать свои навыки владения иностранным языком.

Таким образом, различные программы обмена, а также обучение за рубежом открывают для студентов преимущества, хорошие перспективы и получение высококачественного образования и международного диплома.

Существует огромное количество методов обучения иностранным языкам.

Таблица 1. Методы обучения иностранным языкам

Прямые коммуникативные навыки.	Повышение качества общения.	Снижение барьеров.
Навыки, которые помогут свободно говорить на любом иностранном языке, выстраивать простые и сложные предложения, выражать свои мысли и эмоции. Ведь простое заучивание каких—либо отдельных слов, словосочетаний или предложений не поможет научиться слушать и понимать собеседника в разных условиях. Чтобы эффективнее изучать иностранные языки необходимо живое общение, активное использование иностранной лексики в естественных ситуациях.	научные дискуссии с привлечением иностранных специалистов; обсуждение иностранной научной литературы; чтение отдельных курсов на иностранных языках; участие студентов в различных международных конференциях; работа переводчиком, которая заключается в общении и контакте; внеклассные формы общения: клубы, кружки, открытые лекции на иностранных языках, научные общества, где могут собираться студенты разных специальностей.	Языковой барьер — субъективная невозможность использовать накопленные знания в процессе говорения.

Вместе с тенденциями меняется роль преподавателей. Если раньше педагог считался практически единственным источником знаний, за исключением книг и пособий, то современный преподаватель сейчас выполняет целый диапазон ролей. На сегодняшний день преподаватель является мотиватором и организатором учебного процесса, индивидуальных и групповых программ и контролирование выполнения заданий учеников. Поэтому первостепенной задачей образования сегодня — подготовка специалистов, которые в дальнейшем должны обладать высоким уровнем культуры (в том числе и культуры слова).

На данный момент проблема состоит не в самом изучении иностранных языков, поскольку существует огромное количество онлайн-переводчиков, онлайн-курсов и вебинаров. Основная задача — научить людей понимать друг

друга, учитывая культурные особенности другой страны, ментальные и экономические особенности и так далее. Таким образом, задача обучения иностранным языкам состоит не только в обучении алфавита, слов, словообразований и составлений предложений, а именно в развитии коммуникативных навыков. Сейчас не все заинтересованы в обучении всех аспектов иностранного языка, начиная от алфавита и заканчивая всеми временами глаголов. Многие приходят за специфическими знаниями, например, поработать над произношением, выучить узкоспециальные слова, которые могут пригодиться в работе или в путешествии, или же просто с целью поработать над разговорным иностранным языком.

1. Вопросы методики обучения иностранным языкам за рубежом. Сост. Синявская Е. В. и др. – М.: Высшая школа, 1989

2. Гойхман О. Я., Надеина Т. М. Речевая коммуникация. — М., 2006. - 272 с.

3. Риверс У. Методика преподавания иностранных языков за рубежом. М.: 1996 6. Palmer Н. This Language - Learning Business. – London, 1932

4. Статистика по экономике и финансовым рынкам, [Электронный ресурс] – URL: <https://tigrm.ru/channels/@fineconomics> (Дата обращения: 11.03.2020)

5. Интернет-энциклопедия [Электронный ресурс] – URL:

https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D0%B0_%D1%81%D1%82%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%BE%D0%B1%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B0 (Дата обращения: 12.03.2020)

6. ИГУ – официальный сайт, [Электронный ресурс] – URL: <http://isu.ru/ru/index.html> (Дата обращения: 13.03.2020)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Вопросы методики обучения иностранным языкам за рубежом. Сост. Синявская Е. В. и др. – М.: Высшая школа, 1989

Гойхман О. Я., Надеина Т. М. Речевая коммуникация. — М., 2006. - 272 с.

ИГУ – официальный сайт, [Электронный ресурс] – URL: <http://isu.ru/ru/index.html> (Дата обращения: 13.03.2020)

Интернет-энциклопедия [Электронный ресурс] – URL:

https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B0_%D1%81%D1%82%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%BE%D0%B1%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B0

[C%D0%B0_%D1%81%D1%82%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%BE%D0%B1%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B0](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D0%B0_%D1%81%D1%82%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%BE%D0%B1%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B0) (Дата обращения: 12.03.2020)

Риверс У. Методика преподавания иностранных языков за рубежом. М.: 1996 6. Palmer Н. This Language - Learning Business. – London, 1932

Статистика по экономике и финансовым рынкам, [Электронный ресурс] – URL: <https://tigrm.ru/channels/@fineconomics> (Дата обращения: 11.03.2020)

Development of education in the region in the conditions of globalization

© Korosteleva A., 2020

This article is about the concept and trends of globalization in the modern world. It has a significant impact on all aspects of human life and society. It is necessary to learn foreign languages to communicate with each other. The article summarizes various methods, trends and learning opportunities. Knowledge of foreign languages should be live. The main objective of effective interaction between the interlocutors is understanding each other. Furthermore, it is important to consider cultural, economic and mental characteristics. Foreign language skills provide access to various sources of information.

Keywords: foreign languages, training, globalization, communicative approach, methods of education, communication, exchange programs, cultural features, universities, foreign students

УДК 65.012.6

МОДЕЛЬ БИЗНЕСА ПО ПОДПИСКЕ В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ

© Наумов И. А., 2020

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье описана модель бизнеса по подписке на цифровых рынках и в бизнесе в целом. Автором описана суть данной модели, основные отрасли экономики, в которых используется данный метод дистрибуции, преимущества, а также российские реалии данной модели. Также затронуты вопросы того, каким видам бизнеса следует использовать данную модель и возможное развитие данной модели.

Ключевые слова: подписки, бизнес по подписке, подписная модель, цифровой рынок, физические товары, дистрибуция

Рынок цифровых товаров и услуг является относительно молодым рынком, но он успел кардинально изменить модели дистрибуции многих отраслей экономики. Одним из изменений, которое можно наблюдать на протяжении последних лет, является переосмысление подписной модели бизнеса.

Основная суть этой модели в следующем: за определённую плату потребитель получает какой-либо товар или услугу в течение определённого

периода времени. Обычно за данную плату пользователь получает доступ к необходимому ему товару, но при этом он получает этот товар не в постоянное пользование, а только на уплаченный им промежуток времени.

Несмотря на то, что цифровой бизнес начал недавно осваивать данную модель, огромное количество отраслей экономики уже много лет использует данный метод дистрибуции. Так, данную модель активно использует рынок

спортивных услуг. Современные спортивные комплексы в основе своей предлагают клиентам использование своих услуг за месячные или годовые абонементы. Также данную модель используют в печатной отрасли: потребитель за денежную плату получает выбранные им печатные издания в течение определённого срока.

За последние годы данная модель бизнеса заставила многие компании задуматься о взятии на вооружение данного метода дистрибуции. В случившемся стоит винить таких бизнес-гигантов, как Amazon, Netflix и Apple. Все эти цифровые гиганты заявили миру о том, что всё новое — это хорошо забытое старое, так или иначе, данные компании имеют свой взгляд на модели бизнеса по подписке.

Что касается различных моделей, то можно сказать, что сервисы для компаний, которые работают на цифровом рынке, и компании, которые работают с физическими товарами, будут разными.

Касаемо компаний, которые работают с физическими товарами или услугами, то необходимо отметить, что подписка даёт потребителю определённый товар или услугу, покупатель должен быть готов к тому, что цена на товар или услугу будет плавающей [1]. Это связано с такими факторами, как цена доставки, скидки от поставщика или даже курса валют. Иногда разница бывает незначительной, но бывают случаи, когда это разница может превышать несколько долларов. В большинстве случаев такие сервисы работают на рынках бытовой химии, кормов для домашних животных, косметики и продуктов: используют то, что обычно нужно потребителю, и то, что потребитель покупает всегда. Что касается услуг, то необходимо выделить упомянутый выше спортивный сектор: большинство спортзалов давно перешло на систему абонементов, покупка которых даёт потребителю доступ к различным услугам.

Что до цифрового рынка, то здесь чётко прослеживается модель, суть которой заключается в том, что потребитель платит деньги за все товары или услуги, предоставляемые сервисом. Этому существует очень простое объяснение: в цифровой среде минимальны транзакционные издержки, именно поэтому цифровые компании предоставляют за подписку все товары или услуги, которые у них есть. Так делает Netflix: за 8 евро потребитель получает доступ ко всей библиотеке сериалов и фильмов. Так делает и Apple со своим Apple music и Apple arcade и Spotify. Не обошла система подписок и развлекательную отрасль. Например, стриминговая платформа Twitch даёт возможность подписаться на определённого человека за сумму в районе от 5 до 25 долларов. Данная подписка даёт человеку доступ к уникальным возможностям, перечень которых выбирает стример. В свою очередь, это позволяет подписчику самовыражаться. Также функция подписок изменила рынок интернет-новостей.

Различные издания, такие как TJ и Republic за определённую плату дают доступ к различным статьям и функциям, например, функции комментирования.

Так или иначе, данная модель имеет ряд преимуществ.

Во-первых, оформляя подписку, продавец получает лояльность покупателя. Данная лояльность может быть временной (на период оформления подписки) и подкрепляться психологией потребителя, так как при оплате товара или услуги, потребитель будет стремиться «выжать» всё за уплаченные деньги. В свою очередь, если потребитель останется доволен приобретённой подпиской, лояльность может стать долгосрочной. Всё зависит от действий дистрибутора. Так дистрибутор может использовать различные программы лояльности, например, за выслугу лет. Из этого преимущества можно понять, что компании используют такую особенность подписок, как временные рамки, в целях получения лояльности клиентов.

Во-вторых, программа подписок даёт возможность продавцу предлагать клиентам расширенный список товаров и услуг. Особенно чётко это прослеживается на рынке спортивных услуг: спортивные комплексы увеличивают продажи абонементов с дополнительными услугами, используя стремление людей к увеличению количества услуг. Например, потребителю нужен только тренажёрный зал. В таком случае продавец может предложить клиенту обычный пакет с тренажёрным залом или пакет услуг с тренажёрным залом, сауной и бассейном, но при этом второй пакет будет дороже. В этом случае клиент, как правило, выбирает пакет с услугами, которые введены дополнительно. Таким образом, эта модель позволяет компаниям продавать больше услуг, используя психологию клиентов.

Ещё одним преимуществом данной модели является то, что данная модель даёт больший простор в привлечении клиентов. Данное преимущество особенно часто использует цифровой сегмент рынка. Так, Apple, в одном из тарифов apple music предлагает потребителям приобрести семейную подписку за 270 рублей (в пересчёте на одного человека, в среднем получается 40 рублей). Однако, на практике данным тарифом зачастую пользуются отнюдь не семьи,

а, например, группы друзей или даже незнакомых пользователей, каждый из которых оплачивает свою долю. В свою очередь, от этой кооперации выигрывает и сама Apple, так как она получает лояльность этих самых пользователей. Таким образом, рациональное поведение потребителя приносит компаниям не только деньги, но и лояльных потребителей.

Также, среди преимуществ данной модели можно выделить более широкий спектр удовлетворения потребностей клиентов. Так, из

перечисленных выше примеров со стриминговыми площадками, новостных интернет-изданий, а также сервисов вещания потоковой музыки, можно понять, что все компании получают прибыль из верхушки пирамиды Маслоу, а именно, потребности в признании и самовыражении. Эти компании смогли монетизировать потребности людей. И если примеры со стриминговыми платформами и новостными сайтами были перечислены выше, то на сервисах потоковой музыки стоит остановиться подробнее, а конкретно, на сервисе SoundCloud. Система подписок на данной площадке помогает продвигать музыку артистов в чарты, также подписка открывает возможность монетизации с прослушиваний музыки. Таким образом, модель подписок даёт возможность компаниям манипулировать потребностями людей и получать с этого финансовую выгоду.

Модель бизнеса по подписке возымела огромный успех на западе и всё больше компаний берут на вооружение данную модель бизнеса. Однако 70,2 % компаний, которые функционируют в мире по данной модели, приходится на США [3]. Что касается российских реалий, то наблюдаются тенденции, обратные западным.

Рост компаний в России с такой моделью пришёлся на 2010 год [4]. С тех пор прошло около 10 лет, и в России нет ни одной известной компании, которая функционировала бы по данной модели дистрибуции физических товаров. Компании, которые остались на рынке, в основном занимаются тем же, чем и их западные коллеги, а именно косметикой, кормами для животных и продуктами. В 2012–2013 годах на рынок пытались выйти компании, которые специализировались на наборах. Суть этого бизнеса в том, что продавец раз в определённый срок высылал коробки-наборы с различными товарами. Однако вскоре компании, которые специализировались на данных товарах, ушли с рынка. Это можно связать с рядом факторов.

Первым фактором является специфика потребительской культуры в РФ. Малое количество российских потребителей готовы выделять значительную часть своей зарплаты на коробки с товарами, которые могут не понравиться потребителю. Что касается подписок на определённые товары, то здесь сказывается тот факт, что все те товары, которые продаются по подписке, редко у кого имеют определённую систему потребления. Так, у многих мужчин бритвенные лезвия могут использоваться несколько месяцев вместо отведённых производителем количеством бритвенных сеансов, то же касается и нижнего белья, и косметики. Таким образом, можно понять, что первой причиной является то, что потребителю легче купить необходимый ему товар в определённое время по мере необходимости.

Вторым фактором можно назвать логистику [5]. Неудачи подписной модели связаны с рядом логистических факторов. Во-первых, из-за

огромной территории России зачастую товары приходят с запозданием, даже те, доставка которых была осуществлена дорогостоящей курьерской службой. В результате данного фактора основные компании, которые работают по модели подписок, сконцентрированы в основном в центральной части России, в Москве и Санкт-Петербурге и очень редко выходят за их территории. Во-вторых, ещё одним фактором является государственная монополия «Почты России» на рынке, в результате чего отсутствует какая-либо конкуренция среди недорогих курьерских служб. Что касается более дорогого сегмента доставок, то из-за цены на их услуги, стоимость товара вырастает значительно.

Третьим фактором является нестабильное положение РФ на мировой арене. Из-за риска введения новых санкций в отношении России страдают, прежде всего, бизнесы по подписке, которые связаны с зарубежными товарами, а именно: кофе, продукты, корма для животных. Из-за этого повышается цена на товар и, как следствие, цена на подписку. В результате этого, потребление этих товаров с определённой периодичностью становится для покупателя весомой статьёй расходов, в результате чего человек вынужден потреблять этот товар или реже, что не вписывается в подписную модель, или искать дешёвую альтернативу. Таким образом, можно понять, что физические товары по подписке — слишком неудобный сегмент в России.

Что касается цифрового российского рынка, то ситуация с подписками несколько лучше. Так, суммарная аудитория российских музыкальных потоковых сервисов (Boom и Yandex музыка) превышает российскую аудиторию Apple music [6]. Во многом успех Boom связан с интеграцией с Вконтакте, который является самой популярной социальной сетью в России [7]. Также этот успех можно связать с тем, что такие сервисы предлагают пользователю более комфортные условия, а именно, музыку хорошего качества, возможность скачивания композиций.

Ещё одной популярной цифровой отраслью по подписной модели являются онлайн кинотеатры. Также необходимо выделить сервисы онлайн кинотеатров ivi.ru, Megogo и Okko. Согласно статистике, [8] эксперты отмечают рост этих компаний за последние несколько лет. Рост можно связать с такими факторами, как блокировки сайтов с фильмами и рост количества рекламы на данных сайтах. Однако, несмотря на рост, потребитель также предпочитает смотреть кино бесплатно и нелегально. Таким образом, можно понять, что рост блокировок пиратских сервисов и количество подписок на онлайн сервисы имеет прямую корреляцию.

Таким образом, можно понять, что рынок физических товаров по России является низовым и не таким успешным, как в США. Причём работает это в отношении всех категории товаров. Касаемо

цифрового рынка, наоборот, отмечается рост популярности данной модели в России.

Исходя из вышеописанного, можно понять, что на рынке физических услуг и товаров данную модель следует использовать компаниям, деятельность которых связана с удовлетворением ежедневных потребностей человека, а именно: здоровье, личная гигиена, продукты питания и домашние животные. Что касается цифрового рынка, то модели подписок успешно функционируют в сфере развлечений. В будущем высока вероятность того, что подписные модели, будут появляться в других различных отраслях. Это касается как физических, так и цифровых товаров и услуг.

Что касается развития подписок, то в будущем возможно появление следующих тенденций. Во-первых, появление широкой диверсификации, индивидуальности и гибкости моделей подписок. Например, не исключено появление моделей подписок на различные сервисы и товары по профессиям, например, модели для врачей и учителей. Также вероятно появление программ лояльности. Например, возможно появление накопительных подписок, так, стоимость подписки будет обратно пропорциональна количеству месяцев подписки. Ещё одним возможным нововведением будет появление системы прогресса и достижений. Так, например, сервис онлайн кинотеатров может ввести достижения на просмотр определённого количества фильмов.

Таким образом, можно сделать вывод, что несмотря на то, что модель бизнеса по подписке является не новой моделью, в современном мире этот способ дистрибуции проявляет себя в достаточно эффективной мере как на рынке физических товаров, так и на цифровом рынке, но пока только на западе. В российских реалиях же эта модель не имеет особой популярности на рынке физических товаров, но на цифровом рынке популярность модели растёт. ■

1. Сервисы покупок по подписке. Механики успеха американских проектов. [Электронный ресурс] // TexTerra – агентство интернет-маркетинга. URL: <https://texterra.ru/blog/servisy-pokupok-po-podpiske-mekhaniki-uspekha-amerikanskikh-proektov.html> (Дата обращения: 24.01.2020)

2. Что такое бизнес по подписке и как он работает [Электронный ресурс] // Генератор продаж - агентство интернет-маркетинга. URL: <https://sales-generator.ru/blog/biznes-po-podpiske/> (Дата обращения: 24.01.2020)

3. Доставка по расписанию: как открыть бизнес по подписке миллиарды [Электронный ресурс] // РБК – новости дня в России и мире URL: https://www.rbc.ru/own_business/30/10/2018/5bab8f0d9a79473ffa538a70 (Дата обращения: 26.01.2020) 4. На такое не подписывались: почему в России не работают сервисы, которые на Западе приносят миллиарды [Электронный ресурс] // Forbes Russia – финансово-экономический журнал URL: [https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-](https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/384789-na-takoe-ne-podpisyvalis-pochemu-v-rossii-ne-rabotayut-servisy-kotorye)

[biznes/384789-na-takoe-ne-podpisyvalis-pochemu-v-rossii-ne-rabotayut-servisy-kotorye](https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/384789-na-takoe-ne-podpisyvalis-pochemu-v-rossii-ne-rabotayut-servisy-kotorye) (Дата обращения: 26.01.2020)

4. Развитие логистики в России: современная ситуация, прогноз, ключевые задачи и приоритеты компании [Электронный ресурс] // Бесплатный таможенный бизнес-каталог организаций URL: <https://customsexpert.ru/articles/razvitie-logistiki-v-rossii.htm> (Дата обращения: 26.01.2020)

5. «Школоте не понять»: «ВКонтакте» догнал Apple Music по количеству платных подписчиков в России [Электронный ресурс] // Информационный портал iGuides URL: https://www.iguides.ru/main/other/shkolote_ne_ponyat_vk/?sphrase_id=8614805 (Дата обращения: 27.01.2020)

6. Аудитория социальных сетей в России 2019 [Электронный ресурс] // Popsters – статистика и аналитика контента сообществ социальных сетей URL: <https://popsters.ru/blog/post/auditoriya-socsetey-v-rossii> (Дата обращения: 27.01.2020)

7. МТС начала переговоры о покупке онлайн-кинотеатра ivi.ru [Электронный ресурс] // РБК – новости дня в России и мире URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/09/04/2019/5cab154f9a7947b6952daf66 (Дата обращения: 27.01.2020)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Аудитория социальных сетей в России 2019 [Электронный ресурс] // Popsters – статистика и аналитика контента сообществ социальных сетей URL: <https://popsters.ru/blog/post/auditoriya-socsetey-v-rossii> (Дата обращения: 27.01.2020)

Доставка по расписанию: как открыть бизнес по подписке миллиарды [Электронный ресурс] // РБК – новости дня в России и мире URL: https://www.rbc.ru/own_business/30/10/2018/5bab8f0d9a79473ffa538a70 (Дата обращения: 26.01.2020)

МТС начала переговоры о покупке онлайн-кинотеатра ivi.ru [Электронный ресурс] // РБК – новости дня в России и мире URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/09/04/2019/5cab154f9a7947b6952daf66 (Дата обращения: 27.01.2020)

На такое не подписывались: почему в России не работают сервисы, которые на Западе приносят миллиарды [Электронный ресурс] // Forbes Russia – финансово-экономический журнал URL: <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/384789-na-takoe-ne-podpisyvalis-pochemu-v-rossii-ne-rabotayut-servisy-kotorye> (Дата обращения: 26.01.2020)

Развитие логистики в России: современная ситуация, прогноз, ключевые задачи и приоритеты компании [Электронный ресурс] // Бесплатный таможенный бизнес-каталог организаций URL: <https://customsexpert.ru/articles/razvitie-logistiki-v-rossii.htm> (Дата обращения: 26.01.2020)

Сервисы покупок по подписке. Механики успеха американских проектов. [Электронный ресурс] // TexTerra – агентство интернет-маркетинга. URL: <https://texterra.ru/blog/servisy-pokupok-po-podpiske-mekhaniki-uspekha-amerikanskikh-proektov.html> (Дата обращения: 24.01.2020)

Что такое бизнес по подписке и как он работает [Электронный ресурс] // Генератор продаж - агентство интернет-маркетинга. URL: <https://sales-generator.ru/blog/biznes-po-podpiske/> (Дата обращения: 24.01.2020)

Школоте не понять: «ВКонтакте» догнал Apple Music по количеству платных подписчиков в России [Электронный ресурс] // Информационный портал iGuides URL: https://www.iguides.ru/main/other/shkolote_ne_ponyat_vk/?sphrase_id=8614805 (Дата обращения: 27.01.2020)

Subscription business model in modern world

© Naumov I., 2020

This article describe subscription business model in digital markets and in business in general. Author describes main information of this model, main sectors of the economy which use this method, the advantages of subscription business and Russian realities of this model. Also article discuss main types of business, which should use subscription model and possible ways of model development.

Keywords: Subscriptions, subscription business, subscription model, digital market, physical products, distribution

УДК 65.015

АНАЛИЗ ПРИМЕНЕНИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО И ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДОВ В УПРАВЛЕНИИ НЕФТЯНОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ В РАМКАХ НЕФТЯНЫХ ПРОМЫСЛОВ НЕФТЕДОБЫВАЮЩИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

© Поздняков М. П., 2020

Иркутский государственный университет, г.Иркутск

В нефтяной и газовой промышленности, как в сфере деятельности с повышенной опасностью, во избежание аварийных ситуаций, утраты оборудования, травмирования или несчастных случаев с сотрудниками, нужен такой подход к управлению, который бы влиял на качество, скорость и безошибочность работы каждого сотрудника, а не только подразделения в компании. Ниже будет приведен анализ подходов к управлению организацией, а так же их непосредственное влияние на функционирование объектов нефтепромыслов.

Ключевые слова: месторождения в Российской Федерации, функциональный и процессный подходы, делегирование должностных обязанностей, безопасная эксплуатация, бизнес-процессы

Все месторождения в Российской Федерации разрабатываются разными компаниями, в которых есть большое количество дочерних предприятий. В большинстве своём, они имеют подрядчиков.

Во всех этих организациях (на примере таких компаний, как «Роснефть», «Газпром» и их дочерних предприятий) действует наиболее удобная и уместная для российского менталитета иерархия управления. Начиная с генерального директора, происходит увеличение числа сотрудников, между которыми происходит делегирование полномочий — регулирование и контроль деятельности отдельных подразделений.

В принципе, всё, что снисходит от генерального директора до подразделений, имеет прямую, вертикальную структуру. То есть во главе каждого департамента, отдела, подразделения есть свой руководитель, ответственное лицо, с которого будет весь спрос за всё происходящее на производстве в рамках его зоны ответственности перед вышестоящим руководителем.

Таковым подходом к управлению будет являться функциональный подход. К примеру, если начинать с цеха добычи нефти и газа, то ответственность

мастера по добыче нефти и газа (как низшего управленческого звена) будет:

- безопасная эксплуатация объектов подразделения;
- пожарная безопасность;
- материальная ответственность за всё технологическое оборудование;
- безопасное и правильное выполнение работ на вверенном объекте.

Получается, что за всё, что происходит на объектах цеха добычи нефти и газа, а это нефтяной промысел месторождения несёт ответственность мастер. Он подчиняется начальнику цеха. Тот уже будет отвечать за количественные и качественные показатели производства подразделения. Начальник цеха находится в прямом подчинении у директора нефтяного промысла, как и все начальники цехов, относящихся к нефтепромыслу (начальники цехов подготовки нефти, поддержания пластового давления, -электро -энергоцехов и др.). Над директором нефтяного промысла находится главный инженер, он же заместитель генерального директора по производству. Получается, что каждый руководитель отвечает за свою часть работы, имеет своё видение работы, своё пространство для ведения трудовой деятельности,

при этом выполняя поставленные задачи вышестоящего руководителя наиболее удобным методом. Этот подход в управлении наиболее эффективный и производительный, так как труд наиболее детально разделён на наиболее простые элементы, которые в свою очередь легко стыкуются с другими простыми элементами, образуя наиболее сложные. То есть процесс добычи углеводородов, стыкуется с процессом поддержания пластового давления, далее стыкуется с процессами подготовки товарной нефти.

Да, этот подход замечательно действует, если посмотреть с данной точки зрения ситуации. Но опять же, эти процессы описаны, как совокупность различных процессов в одном. Ведь в цехе добычи нефти и газа происходит:

- эксплуатация скважинного оборудования как погружного, так и наземного;
- технологические обработки скважин, с целью режимной интенсификации углеводородов;
- ревизия и ремонт нефтепромыслового оборудования.

И это ещё не весь список выполняемых процессов, а только в общих чертах.

Во всех нефтедобывающих организациях используется достаточно специфичное оборудование, на котором выполняются различные технологические операции. А места, где располагается такое оборудование, называются опасными производственными объектами из-за того, что работы, связанные с эксплуатацией данного оборудования сопряжены с опасностью, так как при этом присутствует много различных опасных и вредных факторов (давление, температура, легковоспламеняемость, взрывоопасность, высота, и др.). Так же на этих объектах очень высок риск возникновения аварийных ситуаций и иных инцидентов. В связи с этим, система управления такими организациями должна непрерывно совершенствоваться, внедрять новые своды стандартов и жесткой регламентации трудовой деятельности, как в руководящем звене, так и в исполнительном, чего нет при функциональном подходе к управлению.

При функциональном подходе есть должностные обязанности, перечни компетенций, но само выполнение работ никак не конкретизируется. Тут и находит своё применение процессный подход. В нефтяном производстве поэтапность выполнения простых процессов, которая будет являться основными бизнес-процессами, на данный момент приобретает наибольший спрос. Используя данные операционные (основные) бизнес-процессы на нефтяном производстве, организация получает большую эффективность работы подразделения в целом, потому что данный подход будет нацелен не на улучшение качества работы подразделения, а на сам результат выполнения каждого вида работ и на конечный продукт. Таковыми результатами станут:

- применение наиболее безопасных приёмов и методов выполнения;
- более скорое завершение работы;
- понимание важности принятия решений и выполненных действий для каждого работника, в выполнении данного задания.

Ещё большим плюсом применения бизнес-процессов можно считать то, что они легко поддаются корректировке и постоянно дорабатываются, подстраиваясь к постоянно изменяющимся технологическим операциям.

К основным бизнес-процессам, судя по формулировке понятия, на объектах нефтепромысла будут относиться инструкции по охране труда, технологические регламенты по выполнению каких-либо работ на производстве. Они будут соприкасаться с должностной инструкцией работника, которая будет охватывать все работы в целом, а регламенты и инструкции по охране труда уже будут указывать последовательность, наиболее безопасные и быстрые приемы выполнения. Эти бизнес-процессы будут являться официальными документами на производстве, требующими письменного ознакомления с каждой по отдельности. К примеру, можно рассмотреть инструкцию по охране труда для оператора по добыче нефти и газа. В должностной инструкции оператора указано, что нужно выполнять все виды работ в рамках вышеуказанной инструкции. В ней описаны:

- общие положения (правила передвижения по объектам добычи нефти и газа, опасные и вредные производственные факторы производства, общие правила использования коллективных средств защиты);
- требования безопасности до начала работ (правила использования индивидуальных средств защиты, подготовка рабочего инструмента, общие правила к подготовке и осмотру рабочего места);
- требования безопасности во время работы (безопасные методы и приёмы выполнения различных видов работ)
- требования безопасности по окончании работ (правила завершения выполнения работ)
- требования безопасности в аварийных ситуациях (основные действия и правила при возникновении аварийных ситуациях и других инцидентах).

Основываясь на вышеизложенном, становится ясно, что применение процессного и функционального подходов к управлению на нефтяных промыслах в нефтедобывающих организациях как взаимодополняющие части одного будут иметь большое значение. Процессный подход будет принимать «эстафету» от функционального и наполнять его значимыми подробностями по делопроизводству. ■

1. Калачева Е. А. Функциональный и процессный подходы к управлению. МГУИТРЭ, Москва – 2015г. 143 с. [электронный ресурс] URL <https://conf.mirea.ru/CD2015/pdf/p1/34.pdf> (дата обращения 23.01.2020)

2. Сайт Менеджмент качества КМПС // официальный сайт [электронный ресурс] URL https://www.kpms.ru/General_info/Process_approach.htm (дата обращения 24.01.2020)

3. Сайт Real-bs Функциональный подход к управлению // официальный сайт [электронный ресурс] URL <http://real-bs.com/sobytiya/novosti/funkcionalnyj-podход-k-upravleniyu> (дата обращения 25.01.2020)

4. Интернет-журнал «Науковедение». Управление нефтегазовыми компаниями на основе потенциала // официальный сайт [электронный ресурс] URL <https://naukovedenie.ru/PDF/83EVN613.pdf> (дата обращения 25.01.2020)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Интернет-журнал «Науковедение». Управление нефтегазовыми компаниями на основе потенциала // официальный сайт [электронный ресурс] URL <https://naukovedenie.ru/PDF/83EVN613.pdf> (дата обращения 25.01.2020)

Калачева Е. А. Функциональный и процессный подходы к управлению. МГУИТРЭ, Москва – 2015г. 143 с. [электронный ресурс] URL <https://conf.mirea.ru/CD2015/pdf/p1/34.pdf> (дата обращения 23.01.2020)

Сайт Real-bs Функциональный подход к управлению // официальный сайт [электронный ресурс] URL <http://real-bs.com/sobytiya/novosti/funkcionalnyj-podход-k-upravleniyu> (дата обращения 25.01.2020)

Сайт Менеджмент качества КМПС // официальный сайт [электронный ресурс] URL https://www.kpms.ru/General_info/Process_approach.htm (дата обращения 24.01.2020)

Analysis of the application of functional and process approaches in the management of an oil organization within the oil fields of oil-producing organizations

© Pozdnyakov M., 2020

In the oil and gas industry, as in the field of high-risk activities, in order to avoid accidents, loss of equipment, injuries or accidents with employees, we need an approach to management that would affect the quality, speed and accuracy of the work of each employee, and not just a division in the company. Below is an analysis of approaches to managing the organization, as well as their direct impact on the functioning of oil field facilities.

Keywords: oil and gas fields deposits in the Russian Federation, functional and process approaches, delegation of job responsibilities, safe operation, business processes

УДК 2964

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В ЗАРУБЕЖНЫХ ГОСУДАРСТВАХ

© Рощин Н. С., 2020

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва

В данной статье речь идет как об особенностях осуществления государственных и муниципальных заимствований в зарубежных странах, так и способах организации займов, их положительные и отрицательные стороны, также упоминаются различные точки зрения о структуре долга и наиболее оптимальном соотношении в определенных условиях, а также сделаны выводы о факторах, способствующих развитию тому или иному инструменту. Помимо этого, приведены особенности использования конкретных инструментов в зарубежных странах.

Ключевые слова: государственный долг, государственные заимствования, реструктуризация, консолидация, ценные бумаги

Развитие государства в экономическом плане не представляется возможным без нормального функционирования бюджетной системы. При этом нужно отметить, что в современном мире не существуют государства с идеальными бюджетными системами, которые функционируют без каких-либо перебоев.

Невозможно конкретно, с вероятностью сто процентов предсказать какие расходы в грядущем году понесет государство или муниципалитет, хотя правительства с каждым годом совершенствуют систему и определенные методы планирования бюджета, зачастую случается так, что они просто не в состоянии спрогнозировать реальные бюджетные доходы и расходы из-за непредвиденных ситуаций,

которые соответственно требуют дополнительных финансовых ресурсов, как внутренних (предприятия, граждане), так и внешних (зарубежных). Стоит заметить, что идея планирования уже долгое время подвергается критике со стороны ученых-эмпириков, которые утверждают, что прогнозировать на годы вперед просто бессмысленно, потому что невозможно учесть абсолютно все факторы, которые влияют на будущие поступления и выплаты, если взять все прошлые прогнозы всех стран мира, то едва ли найдется хоть один, который является более-менее соответствующим своему содержанию. Исходя из этого бюджеты государств являются профицитными или дефицитными.

Для того, что смягчить перекося в бюджете (чаще всего который склоняется в сторону превышения расходов над доходами) государства используют различные инструменты, и одним из основных источников покрытия дефицита бюджета является заимствование. С одной стороны, такой источник позволяет в кратчайшие сроки привлечь достаточное количество финансовых ресурсов для решения возникшей проблемы, но с другой стороны, заем является первым шагом на пути к краткосрочным или долгосрочным обязательствам. Беря сегодня в долг, муниципалитет или государство обязуется вернуть в оговоренные сроки сумму, превышающую первоначальную, с учетом процентов за пользование кредита. Также необходимо отметить, что если государство на регулярной основе прибегает к данному источнику покрытия дефицита бюджета и, вдобавок к этому, не рационально использует полученные средства, то государство может вообще стать неплатежеспособным и погрузиться в глубокий кризис.

В итоге, вопросы государственных и муниципальных заимствований являются одними из главных, если не самыми главными, финансовых вопросов любого государства.

Как уже было отмечено ранее, для финансирования бюджетного дефицита государство прибегает к внутренним и внешним заимствованиям, в результате чего формируется государственный долг, который представляет из себя общий размер задолженности правительства владельцам государственных ценных бумаг, равный сумме прошлых бюджетных дефицитов минус бюджетные профициты. Государственный долг увеличивается следующим образом: в результате капитализации процентов по ранее полученным кредитам и вследствие обязательств, принятых государством к исполнению, но не профинансированных в срок по разным причинам.

Щукин И. А. считает, что государство, бесспорно, может и должно брать в долг на разумных и естественных условиях [4, с. 14]. Нормальный долг государства является подтверждением доверия со стороны кредиторов: юридических лиц, физических лиц, других стран. Если рассмотреть государственный долг на практике, то стабильной, эффективной и нормально развивающейся экономике государственный долг вовсе не является проблемой, потому что, как правило, государственный долг возрастает на этапах активного экономического роста, а растет он из-за того, что стремительно развивающаяся экономика требует модернизации производства, иначе говоря, дополнительных вложений как частных, так и государственных.

Иван Анатольевич также придерживается мнения, что хронический дефицит государственного и местных бюджетов и, как следствие, высокий государственный долг

характерны на современном этапе для большинства промышленно развитых стран [4, с. 14]. Государство для расширения и поддержания темпа роста производства широко использует свои возможности для привлечения дополнительных финансовых ресурсов, тем самым растит внутреннюю и внешнюю задолженность. Часто причиной государственного дефицита становится необоснованная экономическая политика, которая приводит к иррациональному расходованию финансовых ресурсов.

Существует несколько классификаций государственного долга, степень различия которых зависит от признака, положенного в основу классификации. Государственный долг подразделяется на текущий и капитальный. Суть первого состоит в том, что он включает в себя всю сумму выпущенных и непогашенных долговых обязательств государства, включая начисленные проценты, которые должны быть выплачены по этим обязательствам, а текущий долг включает государственные расходы по выплате доходов кредиторам и погашению обязательств, срок которых уже наступил.

Стоит заметить, что государственные и муниципальные заимствования тесно связаны с рынком государственных и муниципальных ценных бумаг, того же мнения придерживается С. Ю. Филина, которая рассматривает данный аспект на примере США [3, с. 93].

Среди них выделяют:

- долгосрочные казначейские обязательства (срок погашения данных обязательств устанавливается до 10 и более лет. По ним выплачиваются фиксированные проценты. По истечению срока владелец данного вида ценных бумаг может получить их номинальную стоимость или рефинансировать в другие ценные бумаги, при этом обязательства могут быть погашены предварительно, то есть до наступления официальной даты);
- государственные облигации (по своей сущности они очень схожи со среднесрочными и долгосрочными казначейскими обязательствами, порой они не разграничиваются);
- казначейские векселя (представляют собой краткосрочные обязательства, погашаются данные ценные бумаги по цене ниже номинала в пределах одного года);
- казначейские бонды (среднесрочные казначейские векселя) имеют срок погашения от 1 до 5 лет и выпускаются с условием выплаты фиксированного процента);
- помимо того, выделяют также нерыночные государственные ценные бумаги. они не подлежат купле-продаже и не могут выступать в качестве обеспечения по кредитам, данные ценные бумаги высоколиквидные и погашаются по первому требованию держателя.

Всеяд деятельностью по манипуляции государственными ценными бумагами занимается Центральный банк государства. Государственные ценные бумаги являются заимствованием государства или его обязательством, немаловажным фактом является то, что выпуск и погашение государственных ценных бумаг закладывается в бюджет, что говорит о высоких гарантиях погашения, поэтому такие активы признаются как наиболее надежные.

Если говорить о факторах развития государственных и муниципальных ценных бумаг, то их насчитывается довольно много. Что касается долгосрочных ценных бумаг, то Светлана Юрьевна считает, что их эмиссия происходит в сложные для государства периоды, примерами могут служить война или нарушение конъюнктуры мирового рынка [3, с. 89]. Чтобы получить должную отдачу от выпуска ценных бумаг государство должно капитализировать полученные средства, иначе говоря вкладывать в перспективные инвестиционные проекты для изменения экономической ситуации в стране, в противном случае, когда наступит период погашения ценных бумаг, государство не сможет произвести необходимые выплаты, что подорвет отношение населения к государственным ценным бумагам и к самому государству, как к политическому институту. В итоге все это может привести к смене политического режима.

Для лучшей демонстрации следует привести более точный пример. Предположим, ситуацию, когда цены на нефть на международном рынке резко упали, а большая часть поступлений в бюджет поступала именно от продажи нефти. В таких условиях выходом будет выпуск государственных ценных бумаг, при этом денежные средства от их продажи должны пойти на развитие отрасли народного хозяйства, несвязанной с нефтедобычей, к примеру, на легкую промышленность. Данное инвестирование предполагает предоставление кредитов и льгот в плане налогов для предпринимателей данной отрасли. Развитие легкой промышленности приведет к увеличению налоговых поступлений и тем самым государство воздействует на дефицит бюджета. В данном примере государство делает акцент на долгосрочной перспективе, а не на краткосрочной, что, в большинстве случаев, является максимально рациональным действием.

В то же время выпуск именно краткосрочных обязательств может быть обусловлен, и чаще всего это так и происходит, неравномерностью поступлений денежных средств в бюджеты различных уровней. При более подробном рассмотрении ситуация состоит в следующем: в каждом государстве пики налоговых поступлений приходятся на определенные даты, но государственные расходы равномерны и непрерывны. Исходя из этого, государство

прибегает к выпуску краткосрочных ценных бумаг, чтобы обеспечить поступления в бюджет. При этом государству не обязательно капитализировать денежные средства, как в предыдущем случае, это обусловлено тем, что в данном случае государственный заем обеспечен будущими поступлениями и выплата обязательств будет происходить из них.

Таким образом, эмиссия ценных бумаг это одна из самых эффективных форм государственного займа, который используется для покрытия дефицита бюджета, который, в свою очередь, может быть вызван как неравномерными доходами, так и непредвиденными расходами.

Также существуют и другие способы покрытия дефицита бюджета, а именно денежная эмиссия, но она обязательно приводит к движению инфляционных процессов, в то время как выпуск ценных бумаг оказывает исключительно положительное воздействие, если выплаты по обязательствам будут совершаться в срок.

Кроме того, следует отметить, что выпуск государственных и муниципальных ценных бумаг осуществляется не только в интересах государства, но также и в интересах других экономических субъектов. Предприятия, в числе которых и коммерческие банки, получают ликвидные активы, в которые они могут вложить свободные денежные средства, тоже самое касается домашних хозяйств, причем они вкладывают с минимальным риском, так как государственные и муниципальные ценные бумаги являются самым надежными активами, так как выплаты по ним и их погашение предусмотрено бюджетом. Иными словами, выпускаемые ценные бумаги, государство или муниципальное образование запускает некую цепочку инвестирования, которая, безусловно, способствует экономическому росту.

Как уже отмечалось ранее, осуществление заемной деятельности государством непосредственно связано с управлением государственным долгом, который, в свою очередь, представляет собой комплекс мероприятий органов государственной власти, связанный с привлечением средств на условиях государственного кредита, их размещением, обслуживанием и погашением, направленных на обеспечение экономической стабильности государства.

Как считает Гиндес Е. Г. основными задачами управления государственным долгом являются: обеспечение финансовыми ресурсами органов государственного управления, минимизация затрат и рисков, связанных с государственными заимствованиями [6, с. 56].

И если говорить об инструментах управления государственным долгом, то Елена Григорьевна выделила следующие исторически сложившиеся методы: унификация, конверсия, рефинансирование, консолидация, отсрочка, секьюритизация,

досрочное погашение, а также другие производные методы [1, с. 124].

Стоит заметить, что в современных условиях промышленно развитые страны являются крупнейшими кредиторами мировой экономики и вместе с этим имеют значительный объем государственного долга как в абсолютном, так и в относительном выражении [9]. Исходя из данных

Таблица 1. Объем валового государственного консолидированного долга отдельных стран мира в период 2012–2017 гг., млрд. долл. США

Страна	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.
США	16726	179593	18312	19080	19959	20900
Япония	14203	11990	11452	10162	11660	11523
Китай	2937	3565	4205	4610	4974	5742
Италия	2557	2749	2836	2410	2455	2542
Франция	2432	2626	2706	2330	2381	2500
Германия	2830	2903	2908	2398	2373	2359
Великобритания	2251	2345	2641	2545	2338	2282
Индия	1286	1314	1386	1493	1564	1812
Бразилия	1533	1488	1530	1308	1406	1726
Канада	1548	1581	1529	1412	1400	1482
Бельгия	519	549	567	482	495	509
Греция	392	427	427	359	354	364
Россия	255	292	323	218	201	275
Польша	269	292	274	244	255	269
Чехия	92	94	88	75	72	75
Кипр	20	25	25	21	21	21

Таким образом, проанализировав данную таблицу можно выявить зависимость между объемом заимствований и уровнем экономического развития стран: государства, которые находятся на стадии активного экономического развития меньше осуществляют заимствования для покрытия бюджетного дефицита, а экономически развитые страны, напротив, довольно часто берут в долг. Рост долговых обязательств прежде всего связан с процессами глобализации, финансовая открытость стран заметно ускорилась, и международные активы и обязательства выросли в несколько раз.

Посредством мировой практики выявлены множество методов управления государственным долгом, о которых говорилось ранее, и одним из наиболее популярных методов, хотя он и подвергался серьезной критике после финансового кризиса 2008 года, является бюджетная консолидация, которая предполагает сокращение задолженности путем повышения доходов или уменьшения расходов государственного бюджета [5, с. 162]. Цель данного метода — сократить новые заимствования, снизить уровень накопленного долга и улучшить первичное сальдо [8, с. 164].

В качестве примера использования такого метода можно привести страны европейского союза, в условиях нарастания долгового кризиса в ЕС в 2009–2012 годах и с целью недопущения ухудшения ситуации были приняты программы по сокращению бюджетного дефицита и последним событием в реализации данного направления стал пакт

всемирного банка (см. таблицу 1) можно найти подтверждение вышесказанному тезису, к примеру, общий валовой государственный консолидированный долг в США на 2017 год составил порядка 20 трлн. долларов, в Японии — 11,5 трлн. долларов, во Франции и Италии около 2,5 трлн. долларов.

стабильности и роста ЕС, в нем было предусмотрено выделение 130 млрд. евро на различные мероприятия для стимулирования экономики (поддержка самых экономически слаборазвитых стран; финансирование проектов инфраструктуры и транспорта) [10]. Также одним из условий этого пакта было то, что структурный дефицит бюджета не должен превышать 0,5 % ВВП и если государственный долг будет выше, чем 60 % от ВВП, то его следует незамедлительно снижать, в противном случае предусматриваются штрафные санкции [7].

Стоит отметить, что консолидация продолжается во многих странах ЕС и по сей день, но результат нельзя назвать впечатляющим, так как из-за структурных проблем, таких как высокий уровень безработицы, стремительно развивающийся дефицит счета текущих операций. Но при этом таким странам, как Польша и Чехия удалось избежать роста государственного долга за счет умеренных государственных расходов, уровень которых не позволял увеличиваться бюджетному дефициту, так, в период 2006–2009 год дефицит бюджета Чехии составил 2,95 %, а Польши — 4,1 %. Хотя в то же время тот же показатель в других странах ЕС (Греция, Венгрия, Ирландия) был значительно выше — больше 5 %, а в более ранние периоды порядка 7 %, что и способствовало росту государственных заимствований.

Кроме того, в кризисный период можно применить далеко не все вышперечисленные

методы, происходит сужение инструментов регулирования, к тому же происходит ухудшение структуры долгового портфеля, массовый отток капитала, ограничение доступа к международному капиталу. Экономические развитые страны с высоким уровнем дохода населения на такой случай разработали определенные программы, включающие различного рода фискальное стимулирование, а также различного рода мероприятия по стабилизации финансовой системы.

В такие неблагоприятные условия для экономики политика заимствований принимает колоссальный масштаб. В соответствии результатам исследования Международного Валютного Фонда, которые приведены Е. Г. Гиндес [4, с. 125], основными путями организации государственных заимствований становятся следующие меры: изменение процедур и механизмов размещения займов, введение новых ценных бумаг, изменение структуры уже имеющихся ценных бумаг, а также операции на открытом рынке.

Приведенные пути осуществления государственных заимствований носят краткосрочный характер, а как уже отмечалось ранее, в такой ситуации действия по займу должны носить долгосрочный характер для более эффективного результата заемной деятельности. Поэтому залогом успеха является создание более совершенной, более сложной модели для управления государственным долгом. Если взять такие страны, как Дания и Швеция, то они применяют особенный подход к управлению заимствованиями, который тесно связан с практикой управления портфелем ценных бумаг. Главной задачей является данного подхода является сокращение расходов по обслуживанию государственного долга и его погашению, чтобы это осуществить строится теоретическая базовая модель портфеля долговых обязательств с разбивкой по срокам погашения, по видам валюты, по стоимости обслуживания долга, а также по графику платежей. После этого ставится задача довести до максимального соответствия фактическую и базовую модели, используя при этом различные инструменты управления государственными заимствованиями. К тому же, для функционирования данного механизма оценивается текущая ситуация в стране, ситуация на мировом рынке ссудных капиталов, отклонение от базовой модели. Для проведения таких операций создается агентство по управлению госдолгом, которое контролируется министерством финансов, главной задачей которого является выбор лучшей из всех возможных альтернатив взаимодействия с кредитором. Такой подход является более эффективным для поддержания умеренного уровня долга по сравнению с классической программой внешних заимствований.

Для более глубокого понимания организации государственных заимствований следует

рассмотреть органы управления государственным долгом. Образование такой независимой структуры является достаточно распространенной мировой практикой, так как нужно довольно тщательно контролировать этот процесс. Вопросы, связанные с организационной структурой и связью с государственными органами, решаются в каждой стране по-своему в зависимости от особенностей устройства. В развитых странах операции по обслуживанию займов (изучение рынка ссудных капиталов, размещение займов, и т.д.) осуществляют подразделения государственного казначейства или министерства финансов: в Великобритании — это Агентство по вопросам управления долгом (исполнительный орган Казначейства), которое было создано для разграничения функций денежно-кредитной политики и, соответственно, управлением госдолга, а в США — бюро государственного долга министерства финансов.

Если более подробно рассмотреть деятельность английского Агентства, то его функции заключаются в следующем: проведение операций с ценными бумагами, осуществление мониторинга, принятие оперативных решений в этой сфере, проведение реформ, связанных с выпуском ценных бумаг. Исходя из анализа Попковой А. С., несмотря на высокий уровень государственного долга (в основном внешнего) в Великобритании, внешнего давления на ее экономику не наблюдается [2, с. 16]. Что касается нынешних инструментов долговой политики, то они представляют собой расширение рынка ценных бумаг путем создания новых типов рыночных инструментов, меры по обновлению ликвидного и прозрачного рынка ценных бумаг, установление ограничений относительно выпуска и временной пролонгации конвенционных и индексированных первоклассных ценных бумаг. Многие эксперты считают Великобританию лидером в этом плане, особое внимание уделяют непрерывному процессу совершенствования системы управления заимствованиями.

Помимо прочего в мировой контексте используют такой метод управления госдолгом, как реструктуризация, направленного на обеспечение выполнения обязательств заемщиком за счет уменьшения груза долга. Также, по мнению Е. Г. Гиндес, внимания заслуживают такие методы, как конвертация, конверсия, секьюритизация, списание долга.

Чтобы убедиться, что вышеперечисленные методы работают на практике, следует привести конкретные примеры. Так, в 1980-х годах, когда долговая ситуация в странах Латинской Америки не удовлетворяла ни кредиторов, ни должников, то выходом из этой ситуации стала конверсия (обмен лога на ценные бумаги) внешнего долга в капитал. Также благодаря этому методу наполовину был снижен госдолг в Бразилии, Мексике, Аргентине,

Чили. В этих странах конверсия привела к притоку прямых иностранных инвестиций.

Конвертация, которая предполагает перевод внешнего долга на внутренний путем выпуска ценных бумаг, был применен в Казахстане, а также в 2004–2005 годах в Бразилии и Колумбии. Данный метод позволил странам избежать валютного риска, продлить срок обязательств, сгладить пики долговых платежей.

Метод списания долгов применяется в основном, когда заемщики имеют критическое положение. Примером применения такого метода является списание долга перед кредиторами, которые являлись членами Лондонского клуба впервые применили в 90-х годах прошлого столетия относительно Мексики, Венесуэлы, Коста-Рики. В тот же временной период было списано 30–50 % долгов Венгрии, Польши, Болгарии, Египта, Румынии.

В последние годы все чаще применяется такая форма секьюритизации долга, как обмен старых долгов на новые облигации разной величины сопоставимой эквивалентности. По факту данная схема означает фондовое финансирование в форме облигационных кредитов, которые можно свободно продавать на вторичном рынке.

В целом, следует выделить наиболее распространенные схемы реструктуризации государственного долга в мировой практике: выкуп долговых обязательств на вторичном рынке (относится к Боливии, Албании, Эфиопии, Вьетнам, Болгария), схема облигации-акции (Испания, Италия, Пакистан), схема с обменом облигаций (Мексика, Польша, Аргентина).

Таким образом, можно заключить, что особенности организация заимствований зависят от финансовых возможностей конкретной страны и что формы и методы долговой политики с каждым годом совершенствуются и приводят к сокращению расходов государства на обеспечение государственного займа.

В заключении хотелось бы отметить, что формы и методы организации государственных заимствований сформировались благодаря тесному и гибкому сотрудничеству стран-кредиторов и стран-дебиторов за длительный период мировой практики. Они имеют специфику в каждой стране, которая обусловлена различием в развитости экономик, действующем законодательстве, экономической политике правительства, а также политическом строе государств. Основными аспектами организации заимствований являются: изменение процедур размещения займов, введение новых ценных бумаг, операции на открытом рынке. Данные инструменты максимально эффективны в краткосрочном периоде и менее эффективны в долгосрочном. Также нужно отметить, что в ходе мирового опыта выявлены основные принципы организации займов: снижение рисков,

безусловность, сохранение финансовой независимости. ■

1. Гиндес Е. Г. Мировой опыт управления госдолгом [Электронный ресурс] / Е. Г. Гиндес, И. Н. Буценко. — Электрон. журн. — Тольятти: Некоммерческое Партнерство «Институт направленного образования», 2019. — Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=37206057> (Дата обращения: 20.09.2019)

2. Попкова А. С. Мировой опыт функционирования агентств по управлению государственным долгом [Электронный ресурс] / А. С. Попкова. — Электрон. журн. — Белгород: Белгородский государственный национальный исследовательский университет, 2019. — Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24110772> (Дата обращения: 20.09.2019)

3. Филина С. Ю. Управление государственными заимствованиями: зарубежная практика [Электронный ресурс] / С. Ю. Филина. — Электрон. журн. — Москва: Научно-исследовательский финансовый институт Министерства финансов Российской Федерации, 2014. — Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26241546> (Дата обращения: 20.09.2019)

4. Шукин И. А. Актуальные тенденции в управлении государственным долгом в России, США и странах ЕС [Электронный ресурс] / И. А. Шукин, М. Г. Разыграева, С. А. Довгаль, И. В. Киртбая. — Электрон. журн. — Москва: Научно-исследовательский институт экономических стратегий, 2014. — Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21338177> (Дата обращения: 20.09.2019)

5. Матвиенко К. В. Воздействие государственного долга на экономику: мировая практика регулирования // Гуманитарий Юга России. 2016. Т. 20. № 4. С. 162–172.

6. Намитулина А. ., Бурякова А. О., Прокофьев М. Н., Сенчакова П. Д. Оценка долговой устойчивости России и зарубежных государств // Муниципальная академия. 2018. № 2. С. 51–56

7. Официальный сайт Банка международных расчетов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.bis.org/> (Дата обращения: 20.09.2019)

8. Додонов В. Ю. Нарастание государственного долга развитых стран: тенденции, факторы, риски. Алматы: КИСИ при Президенте РК, 2012. 164 с

9. World Economic Outlook Database [Electronic resource] / The International Monetary Fund. Access mode: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2018/01/weodata/index.aspx> (Дата обращения: 20.09.2019)

10. Finance Statistics [Electronic resource] / Government. Access mode: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/government_finance_statistics/data/main_tables (Дата обращения: 20.09.2019)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Finance Statistics [Electronic resource] / Government. Access mode: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/government_finance_statistics/data/main_tables (Дата обращения: 20.09.2019)

World Economic Outlook Database [Electronic resource] / The International Monetary Fund. Access mode:

https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2018/01/weo_data/index.aspx (Дата обращения: 20.09.2019)

Гиндес Е. Г. Мировой опыт управления госдолгом [Электронный ресурс] / Е. Г. Гиндес, И. Н. Буценко. — Электрон. журн. — Тольятти: Некоммерческое Партнерство «Институт направленного образования», 2019. — Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=37206057> (Дата обращения: 20.09.2019)

Додонов В. Ю. Нарастание государственного долга развитых стран: тенденции, факторы, риски. Алматы: КИСИ при Президенте РК, 2012. 164 с

Матвиенко К. В. Воздействие государственного долга на экономику: мировая практика регулирования // Гуманитарий Юга России. 2016. Т. 20. № 4. С. 162-172.

Намитулина А. ., Бурякова А. О., Прокофьев М. Н., Сенчакова П. Д. Оценка долговой устойчивости России и зарубежных государств // Муниципальная академия. 2018. № 2. С. 51-56

Официальный сайт Банка международных расчетов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.bis.org/> (Дата обращения: 20.09.2019)

Попкова А. С. Мировой опыт функционирования агентств по управлению государственным долгом [Электронный ресурс] / А. С. Попкова. — Электрон. журн. — Белгород: Белгородский государственный национальный исследовательский университет, 2019. — Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24110772> (Дата обращения: 20.09.2019)

Филина С. Ю. Управление государственными заимствованиями: зарубежная практика [Электронный ресурс] / С. Ю. Филина. — Электрон. журн. — Москва: Научно-исследовательский финансовый институт Министерства финансов Российской Федерации, 20146. — Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26241546> (Дата обращения: 20.09.2019)

Щукин И. А. Актуальные тенденции в управлении государственным долгом в России, США и странах ЕС [Электронный ресурс] / И. А. Щукин, М. Г. Разыграева, С. А. Довгаль, И. В. Киртбая. — Электрон. журн. — Москва: Научно-исследовательский институт экономических стратегий, 2014. — Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21338177> (Дата обращения: 20.09.2019)

Features of the organization of state and municipal borrowings in foreign countries

© Roshchin N., 2020

This article deals with the peculiarities of state and municipal borrowing in foreign countries, the ways of organizing loans, their positive and negative sides, also mentions various points of view about the debt structure and the most optimal ratio in certain conditions, as well as conclusions about the factors that contribute to the development of a particular instrument. In addition, the features of using specific tools in foreign countries are given.

Keywords: government debt, government borrowing, restructuring, consolidation, securities

УДК 338.3

ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ В ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

© Самойлова А. С., 2020

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье дано определение понятиям «поведенческая экономика», «риск-менеджмент», определены основные причины нерациональности принимаемых решений, рассмотрено понятие «поведенческие риски» в контексте риск-менеджмента. Был проведен анализ страховых премий по видам страхования в России и сравнение с аналогичными видами в США, в ходе которого была выявлена склонность к непринятию негативных мыслей и толерантность российского общества к неопределенности и отклонениям, как специфика нашей организационной культуры. Сделан вывод о том, что при планировании и исполнении риск-менеджмента следует уделять внимание поведенческим аспектам, специфике российской культуры и возможным поведенческим рискам.

Ключевые слова: поведенческая экономика, риск-менеджмент, управление рисками, поведенческие риски, толерантность к риску, принятие управленческих решений, теория межкультурных измерений Г. Хофштеда

Классическая экономическая теория подразумевает рациональное поведение человека, принятие решений с учетом всех рисков и выбор самого наилучшего, выгодного варианта из всего многообразия альтернатив, но зачастую человек склонен в своем выборе и действии к отклонению от принятого рационального поведения, так, например, принятие решений человеком осуществляется на основе его эмоций,

предпочтений, ожиданий, знаний и опыте, именно поэтому на сегодняшний день модель человека в экономической теории рассматривается с точки зрения поведенческой экономики.

Термин «поведенческая экономика» впервые был введен в употребление Катонной Дж. в 1951 году, он считал, что психологические переменные каждого человека должны рассматриваться в качестве своеобразных посредников между

объективными условиями и решениями, принимаемыми в этих условиях [1]. Тверски А., Канеман Д. и Талер Р. в своих работах выявили субоптимальность принимаемых управленческих решений, так, например, происходила недооценка альтернативных издержек, рисков с низкой вероятностью, наблюдался недостаток самоконтроля и неспособность абстрагироваться от невозвратных издержек [6]. Таким образом, поведенческие аспекты создают дополнительные риски при принятии управленческих решений.

На основе нерациональности принимаемых решений базируются многие другие понятия поведенческой экономики, например, понятие «поведенческие финансы» — принятие финансовых решений с отклонениями в рациональном поведении участников рынка [3]. Но общепринятого понятия поведенческих рисков на сегодняшний день нет, хотя существует такое явление как Behavioral Risk Management — workplace behavioral issues include individual risks such as behaviors of employees and directors, and organisational behavior which is a collective behavior taken by the organization [2]. Тем не менее, поведенческие риски имеют место быть и представляют собой риски, которые базируются на психологических феноменах человека и личностных

поведенческих особенностях, что важно учитывать при принятии любых управленческих решений, поэтому актуальным является вопрос управления рисками (риск-менеджмент).

Управление рисками (риск-менеджмент) представляет собой систему анализа, оценки и управления рисками и финансово-экономическими отношениями и ориентированную на принятие и выполнение управленческих решений в условиях неопределенности с целью минимизации неблагоприятного влияния на организацию. Управление рисками это не только процесс определения вероятностей некоторых событий в будущем, но и одновременно с этим — обеспечение состояния готовности к реализации рисков. Согласно стандарту ISO 31000:2018, риск-менеджмент представляет собой скоординированные действия для управления организацией в отношении рисков. Процесс управления рисками предполагает планирование и принятие решений по вопросам, касающихся изменений в политике компании, предоставлению новых стратегий и процедур, оптимизации внутренних организационных конфликтов и противоречий [5] (рис. 1).

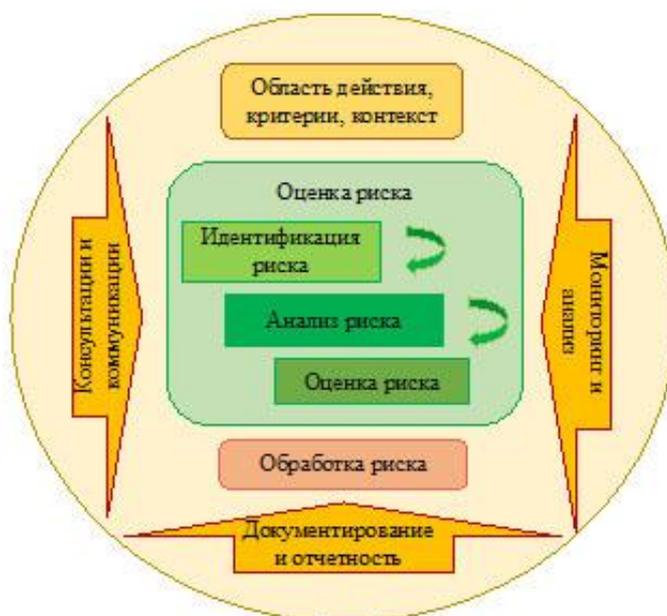


Рис. 1. Процесс управления рисками по ISO: 31000:2018 [5]

Так, процесс управления рисками должен быть неотъемлемой частью менеджмента в компании, цикл управления риском является аналогичным циклу PDCA, он непрерывный и включает в себя планирование, организацию, исполнение и анализ, на каждом этапе осуществляется контроль и своеобразная рефлексия.

На всех стадиях принимаются руководством и реализуются исполнителями управленческие решения, поэтому возникают поведенческие риски, причиной которых является иррациональное

поведение человека или эвристические методы, используемые при принятии решений в условиях неопределенности: репрезентативность — схожесть объекта или события с каким-либо классом или процессов, доступность примеров или сценариев, схожих с сложившейся ситуацией, которая коррелируется с частотой или их вероятностью, корректировка от привязки к какой-либо релевантной величине [6].

Людям свойственно неприятие потерь, мы подсознательно отказываемся от негативной

информации, потому что не хотим думать о плохом и подсознательно отторгаем негативные мысли, избегая их, например, в ходе опроса Всероссийского союза страховщиков было опрошено 1,6 тыс. человек, по итогам которого установлено, что из всего числа опрошенных только 16 % имеют полисы страхования недвижимости, 3 % из которых добровольно застраховали жилье, остальная часть из имеющих страховой полис приобрели его по требованию банка, выдавшего ипотечный кредит на покупку жилья [9]. С целью подтвердить склонность к непринятию негативных мыслей и потенциального риска даже на бытовом уровне было установлено, что, например, большая часть россиян не страхует свое жилье, несмотря на различные рискованные ситуации, в том числе сезонные чрезвычайные ситуации такие, как наводнения, пожары,

затопления. Что касается рынка автомобилей, то в 2017 году он вырос на 12 %, а в 2018 — на 12,8 %, за счет роста продаж автомобилей и роста автокредитования количество страховых договоров выросло на 20 %, но все они имеют под собой обязательство страхования [8].

Наряду с повседневным страхованием россиян руководители отечественных компаний также демонстрируют тенденцию к толерантности к риску, большинство из них не готовы выделять средства из бюджета на риски с низкой вероятностью, которые, как правило, несут за собой больший возможный ущерб в сравнении с другими рисками с более высокой вероятностью. Более того, зачастую компании считают не нужным тратить деньги на страхование предпринимательских рисков, бюджета, имущества компании и прочего (рис. 2).

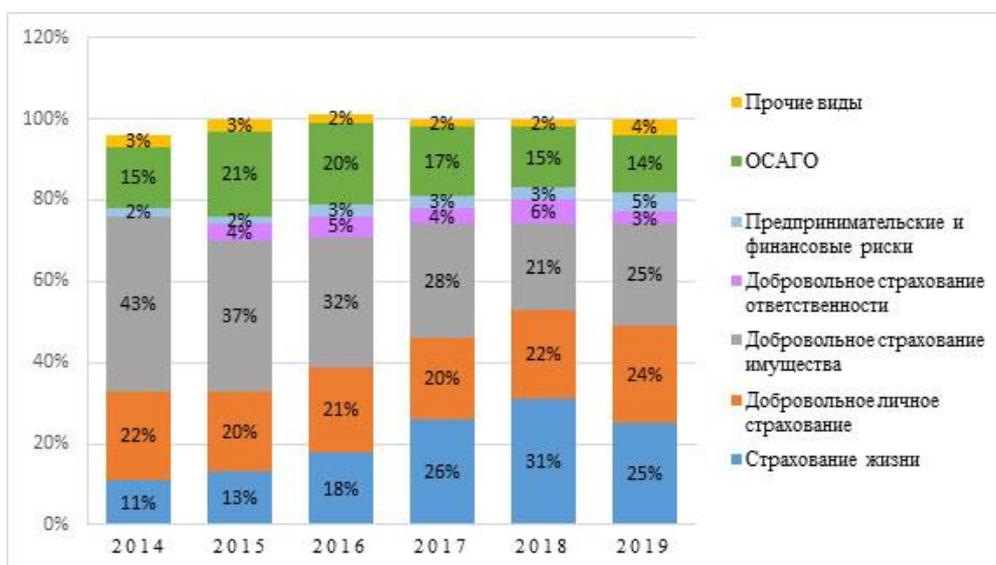


Рис. 2. Структура страховых премий по видам страхования в период с 2014 по 2019 год [7]

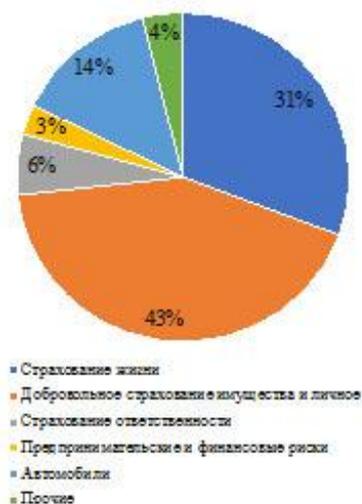
Статистика также демонстрирует, что страхование имущества юридических лиц в большинстве своем характерно для добывающих компаний, предприятий энергетического, логистического сектора, опасных и сложных технологических объектов, например, в 2017 году выплаты были совершены по аварии на Березовской ГРЭС, по аварии транспортного грузового корабля «Прогресс МС-04», по аварии на руднике «Мир», пожару в торговом центре «Синдика» — все это объекты, обладающие значительными специфическими рисками [7].

Таким образом, становится очевидным тот факт, что страхование как специальная процедура снижения любых рисков с любой вероятностью слабо распространено, специфика российского населения и отечественных компаний заключается в

том, что мы по большей части толерантны к риску и не склонны к страхованию.

Согласно теории межкультурных измерений Хофштеда Г. и его типологии организационных культур общество различается по следующим критериям: индекс дистанцированности от власти, индивидуализм-коллективизм, маскулинность-феминность, временной горизонт ориентации и в том числе такой показатель, как преемственность неопределенности, который отражает толерантность общества к неопределенности и отклонениям. Сделанный ранее вывод подтверждает еще одна статистика, основанная на сравнении структуры страховых премий в России и США — мировым лидером за 2018 год по выдаче страховых полисов, поскольку системы страхования в странах действуют разные, поэтому будут рассмотрены обобщенные виды страхования (рис. 3).

Структура портфеля страхования в России



Структура портфеля страхования в США

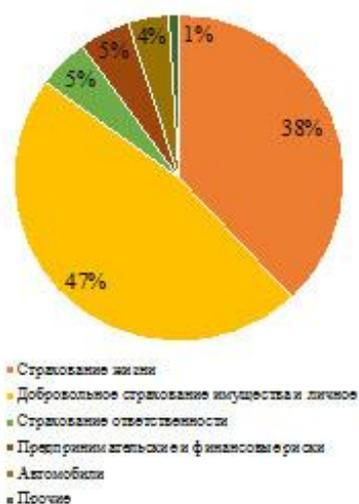


Рис. 3. Сравнение портфелей страхования России и США за 2018 год [4]

Особым моментом в сравнении является тот факт, что страховые премии в 2018 году в США за личное страхование составили 600,6 млрд. долл., а за страхование имущества — 618,0 млрд. долл., в то время как в России страховые премии за страхование имущества составили 200 млрд. руб., а за личное страхование сумма составила 144 млрд. руб. [4], что демонстрирует разницу в несколько десятков раз между этими количественными показателями и говорит о том, что Россия склонна относиться к риску более толерантно, нежели западная культура США, которые активно страхуют не только личное имущество, но также пользуются бизнес-страхованием, страхование в России, как инструмент управления риском, особенно в условиях неопределенности, в целом слабо распространено, наша специфика заключается в нашей толерантности к риску в большинстве своем и это сказывается на поведенческих аспектах при принятии решений.

Россияне неохотно управляют рисками, также склонны их не принимать, хотя большинство компаний на сегодняшний день внедряет и использует в своей деятельности риск-менеджмент. Но очень часто на практике встречается такая система управления, которая направлена на работу с последствиями рисков, а не на их причины возникновения, важно понимать, что риск-менеджмент — это, прежде всего, работа на опережение, а для любой эффективной работы, в первую очередь, важно установить взаимодействие внутри организации между руководством и исполнителями принятых регламентов. Таким образом, риск-менеджмент должен быть интегрирован в повседневную работу компании, а принятые регламенты должны интуитивно подстраиваться в поведение человека, который принимает решения и исполняет пункты регламента

в критической ситуации, тогда, когда риск реализовался.

Таким образом, любые принятые регламенты должны учитывать поведенческие особенности людей, являющихся исполнителями, склонность отечественной культуры к проявлению толерантности к риску, а также обеспечить полное понимание инструкции, так как зачастую на принятие решение влияет именно человеческий фактор, так, например, если риски были просчитаны с помощью алгоритма и теории вероятности, то у людей может проявиться непринятие инструкций, расписанных для рискованных ситуаций, которые были рассчитаны при помощи искусственного интеллекта, антипатия к алгоритмам, которые принимают решения, касающиеся людей, коренится в стойком убеждении, что многие предпочитают естественное синтетическому или искусственному [6]. К тому же люди, которые будут принимать решение в критических условиях могут быть склонны к импульсивности, не подготовлены профессионально, иметь некоторые личные особенности, все это может предполагать к созданию предпосылок для новых рисков, например, неточности исполнения регламента, технические ошибки, неисполнение техники безопасности. ■

1. Katona G. Psychological Analysis of Economic Behavior. N.Y.: McGraw- Hill. 1951.

2. Канеман Д. Думай медленно, решай быстро: [пер. с англ.] / Д. Канеман. — Москва: Издательство АСТ, 2019

3. Shefrin H., Statman M. The Disposition to Sell Winners Too Early and Ride Losers Too Long: Theory and Evidence // Journal of Finance. — 1985. — Vol. 40.

4. Shefrin H. Behavioral Risk Management: Managing the Psychology That Drives Decisions and Influences Operational Risk [Electronic resource] // ResearchGate: website. — URL: https://www.researchgate.net/publication/299598458_Behavi

oural_Risk_Management_Managing_the_psychology_that_drives_decisions_and_influences_operational_risk_by_Hersh_Shefrin_Palgrave_Macmillan_2016 (Дата обращения: 07.02.2020)

5. ГОСТ Р ИСО 31000-2010 «Менеджмент риска. Принципы и руководство»

6. Сайт Всероссийского союза страховщиков (ВСС) [Электронный ресурс] // Официальный сайт ВСС – URL: <http://brad.ins-union.ru/rus> (Дата обращения: 07.02.2020)

7. Обзор российского рынка страхования за 2019 год KPMG [Электронный ресурс] // Официальный сайт KPMG – URL: <https://home.kpmg/ru/ru/home/insights/2019/07/insurance-survey-2019.html> (дата обращения: 07.02.2020)

8. Обзор ключевых показателей страховщиков №2 за 2019 год: информационно-аналитические материалы [Электронный ресурс] // Официальный сайт ЦБ РФ – URL: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/84751/review_insure_070916.pdf (Дата обращения: 07.02.2020)

9. U.S. Insurance Industry: All Sectors [Электронный ресурс] // Официальный сайт Insurance Information Institute – URL: <https://www.iii.org/publications/insurance-handbook/economic-and-financial-data/us-insurance-industry-all-sectors> (Дата обращения: 07.02.2020)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Katona G. Psychological Analysis of Economic Behavior. N.Y.: McGraw- Hill. 1951.

Sheffrin H. Behavioral Risk Management: Managing the Psychology That Drives Decisions and Influences Operational Risk [Electronic resource] // ResearchGate: website. – URL: https://www.researchgate.net/publication/299598458_Behavioural_Risk_Management_Managing_the_psychology_that_drives_decisions_and_influences_operational_risk_by_Hersh_Shefrin_Palgrave_Macmillan_2016 (Дата обращения: 07.02.2020)

Shefrin H., Statman M. The Disposition to Sell Winners Too Early and Ride Losers Too Long: Theory and Evidence // Journal of Finance. — 1985. — Vol. 40.

U.S. Insurance Industry: All Sectors [Электронный ресурс] // Официальный сайт Insurance Information Institute – URL: <https://www.iii.org/publications/insurance-handbook/economic-and-financial-data/us-insurance-industry-all-sectors> (Дата обращения: 07.02.2020)

ГОСТ Р ИСО 31000-2010 «Менеджмент риска. Принципы и руководство»

Канеман Д. Думай медленно, решай быстро: [пер. с англ.] / Д. Канеман. – Москва: Издательство АСТ, 2019

Обзор ключевых показателей страховщиков №2 за 2019 год: информационно-аналитические материалы [Электронный ресурс] // Официальный сайт ЦБ РФ – URL: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/84751/review_insure_070916.pdf (Дата обращения: 07.02.2020)

Обзор российского рынка страхования за 2019 год KPMG [Электронный ресурс] // Официальный сайт KPMG – URL: <https://home.kpmg/ru/ru/home/insights/2019/07/insurance-survey-2019.html> (дата обращения: 07.02.2020)

Сайт Всероссийского союза страховщиков (ВСС) [Электронный ресурс] // Официальный сайт ВСС – URL: <http://brad.ins-union.ru/rus> (Дата обращения: 07.02.2020)

Behavioral aspects in administration of management decisions

© **Samoilova A., 2020**

This article defines the concepts of «behavioral economics», «risk management», identifies the main reasons for the irrationality of decisions made, and considers the concept of «behavioral risks» in the context of risk management. An analysis of insurance premiums by type of insurance in Russia and a comparison with similar types in the United States was carried out, during which a tendency to reject negative thoughts and tolerance of Russian society to uncertainties and deviations, as a specificity of our organizational culture, were revealed. It is concluded that when planning and implementing risk management, attention should be paid to the behavioral aspects, the specifics of Russian culture and possible behavioral risks.

Keywords: behavioral economics, risk management, risk management, behavioral risks, risk tolerance, managerial decision making, theory of intercultural dimensions by G. Hofsted

УДК 334.001

ГДЕ ПРЯЧЕТСЯ РЕАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

© **Сольский Б. В., 2020**

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Экономикой надо заниматься. Это понимают все. Зачем? Чтобы жить лучше. Потому, что именно экономика предопределяет уровень жизни, потенциал страны и т.д. А что именно, эта экономика? И как это, «заниматься экономикой». Мы будем говорить только про экономику фирмы. Оставим в стороне глобальную экономику, макроэкономику и семейную экономику. И будет разбираться с реальной экономикой фирмы (микроэкономикой).

Ключевые слова: экономика, управленческий учет

Первый вопрос, что такое экономика фирмы? И, понятно, что ответ «экономика — это наука» здесь не пройдет. Экономика как наука, безусловно, существует.

Наукой нужно заниматься, и никто этого не отрицает. Но какое отношение это имеет к практической деятельности фирмы? Ведь если экономика — это только наука, то почему у одной фирмы экономика хорошая, а у другой — «плохая». И почему бывает сильная экономика, а бывает слабая? Ведь наука для всех одна.

Поэтому мы разделим понятия экономической теории и практической экономики.

Зачем надо заниматься экономикой? Чтобы она стала лучше. Следовательно, мы хотим не просто заниматься экономикой, а управлять ею. А где найти на фирме экономику, чтобы ей поуправлять?

Фирма занимается своей хозяйственной деятельностью — снабжением, производством,

продажами, отношениями с государством в части уплаты налогов и многим другим. Этим можно и нужно управлять. Многие директора (и не только «старой школы») гордо называют себя «хозяйственниками», подчеркивая, что они управляют именно хозяйством.

Можно ли сказать, что хозяйственная деятельность и есть практическая экономика? Хотелось бы, но, нет. Хозяйство — есть хозяйство. Им и управляют. А как управляют? По закону управленческого цикла, который состоит из следующих друг за другом друг за другом этапов. Планирование, исполнение, учет, контроль, анализ, принятие решений «что делать дальше». И снова планирование...

Это можно представить Матрицей задач управления.

Таблица 1. Матрица задач управления

Подпроцесс	Планирование	Учет	Контроль	Анализ
Снабжение		Складской учет		
Производство		Производственный учет		
Продажи		Учет реализации		
Обеспечение персоналом		Кадровый учет		
Расчеты с государством		Налоговый учет		
Общее управление		Бухгалтерский учет		
.....				

Здесь представлены далеко не все подпроцессы хозяйственной деятельности. И перечислены они без ранжирования.

Подпроцессы взаимосвязаны и образуют они Систему хозяйствования. Системами являются планирование, учет, контроль и анализ. Учетная система выделена фоном.

А где экономика в этой матрице? А её тут нет. И уж точно экономику как науку добавить в состав подпроцессов хозяйственной деятельности будет неуместно.

Но экономика должна быть. Так где же она?

Основная задача фирмы — производство товара, товарное производство.

Результат хозяйственной деятельности — товар (продукт труда, предназначенный для обмена). Кроме всех понятных (потребительных) свойств товара, он обладает еще стоимостью.

Стоимость — это общественная характеристика товара, потому что определяется за пределами фирмы, на рынке, где её выражением выступает цена.

Рискну дать определение, что экономика — это стоимостная характеристика хозяйственно-общественной деятельности фирмы. Экономика — «просто» набор специальных показателей,

характеризующих стоимостную деятельность фирмы.

Мы управляем фирмой (точнее, её хозяйственной деятельностью), а в результате изменяются экономические показатели. Кроме экономических показателей (характеристик) хозяйственной деятельности фирмы есть и другие. Социальные, экологические, технологические и др.

Но экономические стоят над всеми, поскольку необходимость товарного производства и воспроизводства превалирует.

Из всего сказанного следует, что следует говорить не об управлении экономикой фирмы, а об экономическом управлении хозяйственной деятельностью. Другими словами, речь должна идти об управлении хозяйственной деятельностью с учетом экономических показателей (оглядкой на экономические показатели).

Только ли внутрифирменная деятельность предопределяет экономические показатели? Нет. На их значения существенное влияние оказывает окружающая бизнес-среда (рынок, государство, мировое сообщество).

Если экономика — это набор показателей (стоимостных, безразмерных и др.), то возникает справедливый вопрос. Где брать их реальные

(фактические) значения? Ответ «в управленческом учете» — это не правильный ответ.

Как практикующий консультант, могу утверждать: в нашей реальности нет никакого управленческого учета (грамотнее говорить «экономического»). А что есть на самом деле?

Бухгалтерский учет. На основе которого можно организовать не только бухгалтерскую и налоговую отчетность, но и экономическую отчетность.

Вопрос заголовка статьи «где прячется реальная экономика фирмы?» имеет однозначный ответ. В недрах бухгалтерского учета. Это единственный работающий стоимостной учет на предприятии (в семье, в отрасли). А другого учета нет. Потому, что бухгалтерский учет основан на первичных документах и многолетней (надо даже сказать многостолетней) отточенной методике их обработки и разнесения данных по регистрам (счетам).

И если бухгалтерский учет поставлен «хорошо» и, соответственно, учетные данные достоверны, экономические показатели тоже будут достоверными. А если бухгалтерский учет упрощен

или искажен в «налоговых» целях», то и экономические показатели будут не достоверными, а принимаемые на их основе решения — неэффективными.

Где прячется реальная экономика фирмы? В хорошо организованной, профессиональной бухгалтерии. ■

Where the real economy hides

© Solskii B., 2020

Economics must be dealt with. Everyone understands this. What for? To live a better life.

Because it is the economy that determines the standard of living, the potential of the country, etc. And what exactly is this economy? And like this, «do the economy.»

We will only talk about the economy of the company. We will leave aside the global economy, macroeconomics, and the family economy. And it will deal with the real economy of the company (microeconomics).

Keywords: economics, management accounting

УДК 65.016

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В АВИАЦИОННОМ СЕКТОРЕ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ПРЕДПРИЯТИЙ

© Тащицина Е. С., 2020

Иркутский государственный университет, г.Иркутск

В статье рассматриваются способы внедрения инновационных технологий в секторе авиационного комплекса, направленного на улучшение экономического состояния предприятий.

Ключевые слова: инновации, авиационная отрасль, разработки, внедрение

В настоящее время нельзя представить функционирование логических систем без применения инновационных технологий, среди которых можно выделить различные устройства, оборудование для сбора, обработки и хранения информации, программное обеспечения и другие.

Внедрение инновационных систем в логистику позволяет оптимизировать логистический процесс, сэкономить время, проследить груз на протяжении всего пути следования, избежав его потери, эффективно планировать загруженность складов и всего подвижного состава и множество других функций. На сегодняшний день услуга транспортного обеспечения и перевозок является одной из самых востребованных. Транспорт выступает в роли материально-технического элемента, который выполняет функции перемещения пассажиров, грузов, а также документов на различные расстояния. Данный элемент оказывает огромное влияние на всю мировую хозяйственную деятельность, так как с его помощью выполняется оптимальное распределение

производственных мощностей. Кроме этого, обеспечение развитой транспортной инфраструктурой имеет огромное значение для общественно-экономического сектора, что способствует выстраиванию экономических связей между различными странами. Воздушный транспорт является лидирующим, в первую очередь, по пассажирским перевозкам. Главным преимуществом этого вида транспорта является скорость и высокая степень сохранности грузов. Авиаперевозки грузов носят ограниченный характер, большую часть грузов составляют продукты, почта и медикаменты в труднодоступные регионы. К недостаткам данного вида транспорта является высокая себестоимость перевозок, зависимость от климатических условий. Данный вид перевозок имеет большое значение в международных отношениях, общая протяженность воздушных трасс в мире составляет 6 600 тыс. км. Российскую авиационную систему можно отнести к одной из ведущих отраслей развития отечественной экономики. Инновации в авиационной промышленности можно подразделить на 3 группы:

1. Инжиниринг: аэродинамика, системы воздушного судна, вопросы окружающей среды, управление жизненным циклом продукта

2. Производство: повышение качества и производительности производства, распределенное производство

3. Бизнес: инновационный менеджмент, схемы организации закупок. В настоящее время ведущие компании авиационной отрасли разработали систему развития авиационной науки до 2030 года и дальнейшую перспективу. В документе отмечается особый вклад отечественной композитной отрасли для решения задач в авиационной отрасли.

Так же, хочется отметить, что процесс внедрения отечественных технологий значительно ускорился с 2014 года, в процессе импортозамещения. Авиационная отрасль является одной из востребованных областей, почти все элементы авиационной системы присутствуют в России, которые есть в других развитых странах. Также, значительное увеличение числа исследований и разработок российских ученых на авиационных предприятиях является самолет МС-21. Данный самолет оснащен специализированной инновационной системой управления, при его создании использовались крайние российские разработки.

Данную разработку прокомментировал вице-президент отдела маркетинга и продаж К. Будаев компании «Иркут»: «Первое — аэродинамика. Здесь полностью композитное крыло высокого удлинения, которое дало резкий прирост аэродинамического качества и снижение расхода топлива. Второе — двигатели последнего поколения с большей степенью двухконтурности. Третье — инновационная система управления самолётом, которая ввела повышенный уровень автоматизации и защиты от человеческой ошибки. Например, защита от сваливания в штопор, защита от потери скорости ниже допустимой, защита от касания крылом взлётно-посадочной полосы».

Также следует отметить разработку гибридных, активно управляемых и видоизмененных конструктивно-силовых схем с большей степенью адаптации к режимам полета. Они могут быть наиболее действенными для построения крыла большого удлинения, а также для построения «летающего крыла», которые в ближайшее время могут стать основным решением проектирования гражданских самолетов. Станут широко применения системы снижения нагрузки планера летательных аппаратов в эксплуатации, встроенные системы контроля состояния конструкции. Это, в свою очередь, потребует новых достижений в области адаптроники, аэроупругости, отказобезопасности авиаконструкций.

Следующим инновационным продуктом является аварийстойкую инновационную систему. В соответствии с евростандартами, которые содержат высокие требования к безопасности, данная система

должна присутствовать на транспортно-пассажирских вертолетах последнего поколения. Благодаря внедрению данной инновации, уровень безопасности транспорта вырастает многократно в условиях сложной посадки и вытекающих последствий. Создателем данной системы является холдинг «Технодинамика», изучивший характеристики системы. Система направлена на создание инертной среды и предотвращение огнеопасного пара в баках системы топлива путем снижения кислорода. Следующим примером инновационной политики является объединение EADS, Boeing и Embraer для создания и внедрения авиационного биотоплива. Целью данного объединения является достижение поставленных целей по применению биотоплива в авиатранспорте к 2020 году. Рассмотрим совместное предприятие «SuperJet», основателями которого являются НПО «Сатурн» и французской компании Snecma». Компания «Сатурн» имеет огромный опыт в области в производстве двигателей коммерческой авиации, но не имело возможности для производства двигателей для магистральных самолетов по причине технической неразвитости по сравнению со своими конкурентами. Отличительной чертой компании «Snecma» является опыт работы в партнерстве с компанией «General Electric» в создании двигателей для магистральных самолетов, которая искала возможность для создания региональных самолетов. Целью данного совместного сотрудничества послужила направленность на получение конкурентных преимуществ в инновациях, в результате чего компания приобрели знания в областях логистики, проектирования и управления. Следующей одной из самых известных разработок является разработка пассажирского сверхзвукового авиалайнера компании «Boom». Финансирование и тех. помощь в разработке данного проекта оказывает британский миллиардер Ричард Бренсон.

1. Алексеева М. Б. Анализ инновационной деятельности. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / М. Б. Алексеева. - М.: Юрайт, 2016. - 707 с.
2. Проскурин В. К. Анализ и финансирование инновационных проектов. Учебное пособие / В. К. Проскурин. - М.: Инфра-М, Вузовский учебник, 2015. - 591 с.
3. Григорян Е. Внедрение инновационных технологий в деятельность предприятий / Е. Григорян. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2013. - 140 с.
4. Лобанов С. Д. Совершенствование управления авиатранспортным производством на базе современной концепции менеджмента // С.Д. Лобанов. - Монограф. - Ульяновск: УВАУ ГА (и), 2008. - 248 с.
5. Костромина Е. В. Экономика авиакомпаний в условиях рынка. - М.: Юнити, 1999. - 326 с.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Алексеева М. Б. Анализ инновационной деятельности. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / М. Б. Алексеева. - М.: Юрайт, 2016. - 707 с.

Григорян Е. Внедрение инновационных технологий в деятельность предприятий / Е. Григорян. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2013. - 140 с.

Костромина Е. В. Экономика авиакомпании в условиях рынка. - М.: Юнити, 1999. - 326 с.

Лобанов С. Д. Совершенствование управления авиатранспортным производством на базе современной концепции менеджмента // С. Д. Лобанов. - Монограф. - Ульяновск: УВАУ ГА (и), 2008. - 248 с.

Проскурин В. К. Анализ и финансирование инновационных проектов. Учебное пособие / В. К. Проскурин. - М.: Инфра-М, Вузовский учебник, 2015. - 591 с.

Innovative technologies in the aviation sector as a factor of economic growth of enterprises

© **Tatsishina E., 2020**

The article considers the ways of introduction of innovative technologies in the sector of aviation complex aimed at improving the economic condition of enterprise.

Keywords: innovation, aviation industry, development, implementation

УДК 658.1

БЫСТРИНСКИЙ ГОК И ПРЕДИКТИВНАЯ АНАЛИТИКА. ПОЛОЖЕНИЕ, ТРЕНДЫ, ВОЗМОЖНОСТИ

© **Устюжин И. Г., 2020**

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье будет проведен анализ текущей ситуации в добывающей отрасли в разрезе применения методов предиктивной аналитики и положения Быстринского ГОКа в данной системе. Проанализированы основные тренды, возможности и риски Быстринского ГОКа, связанные с использованием или игнорированием предиктивной аналитики.

Ключевые слова: предиктивная аналитика, прогнозная аналитика, предсказательная аналитика, ГРКБ, быстринский, цифровизация, надежность оборудования, жизненный цикл

В статье рассматривается текущая ситуация и основные тренды цифровизации добывающих предприятий в России, оценивается целесообразность разработки и внедрения системы управления жизненным циклом оборудования Быстринского ГОКа на основе предиктивной аналитики.

В ходе работы необходимо получить понимание, какое положение по внедрению и использованию возможностей цифровизации и предиктивной аналитики в частности занимает ГРКБ в добывающей отрасли России, а также определить возможности дальнейшего развития предприятия, наметить пути реализации проекта внедрения системы управления жизненным циклом промышленных активов на основе предсказательной аналитики.

Быстринский горнообогатительный комбинат (БГОК), расположенный в Забайкальском крае, входит в группу компаний «Норникель». Это современное предприятие, спроектированное и построенное с учетом наиболее актуальных требований горнодобывающей отрасли и заказчиков. Сегодня на комбинате реализуется стратегия цифровизации, в рамках которой внедряются технологии нейросетей, обработки больших данных (Big data), «умного» производства и целый ряд других технологий.

В настоящий момент в области цифровизации проходит этап становления, изучения и первых шагов в ее освоении, постоянно появляются новые возможности, которые необходимо изучать и искать способы внедрения на своем предприятии. Формируется благоприятная научная и техническая обстановка для полноценного использования возможностей цифровых технологий и предиктивной аналитики, как составляющей этих технологий. Появление и распространение облачных хранилищ и интернета вещей дает возможность постоянного сбора и хранения данных с датчиков различного оборудования. Стоит отметить, что еще несколько лет назад это было доступно только самым крупным компаниям, и этот процесс был чрезвычайно трудоемким и ресурсозатратным, при этом не обеспечивал должной скорости реагирования на изменения в технологических процессах предприятия. Теперь же можно собирать большие объемы данных в режиме реального времени, а хранить и обрабатывать их стало гораздо проще благодаря облачным хранилищам. Массивы исторических данных дают возможность анализировать прошлые события, такие как отказы, аварии, ошибки, тем самым получать новые знания, которые позволяют прогнозировать будущие события. Благодаря таким прогнозам предприятия могут выявлять риски,

управлять техническим обслуживанием оборудования, более точно планировать объемы производства, затраты на обслуживание, модернизацию. При этом в 2018 году было создано 90 % от всего мирового объема данных, но эффективно используется лишь 1 % из них. Если же рассмотреть отдельные процессы, в которых можно реализовать потенциал предиктивной аналитики, например, выполнение технического обслуживания и ремонта (ТОиР) оборудования, то можно выделить следующие возможности оптимизации: сокращение количества внеплановых простоев, сокращение времени на ремонты, повышение надежности, увеличение производительности оборудования, регулирование численности обслуживающего персонала. И все это в автоматическом режиме.

Согласно отчету, Business Insider рынок программного обеспечения предиктивной аналитики к 2022 г. вырастет до \$20,4 млрд. В России существуют несколько компаний, специализирующихся на инвестировании в разработку и внедрение решений цифровых предприятий, включающих комплексные подходы по диспетчеризации, автономной работе оборудования, включая беспилотный транспорт, прогнозную аналитику, техобслуживание и ремонты, одна из которых компания «Цифра» и входящая в нее «ВистГрупп».

Такие решения по оценкам специалистов компании «ВистГрупп» позволяют повысить производительность отдельных групп оборудования до 20–25 %, снизить затраты на ремонт и обслуживание на 10–15 % в год, что для Быстринского ГОКа может составить более 10 млн. рублей в год. Наряду с затратами на обслуживание, эти решения позволят снизить фонд оплаты труда за счет автоматизации. Однако, сокращение персонала при внедрении цифровых технологий не будет значительным. Так, например, применение дронов для построения 3D-модели и оперативной маркшейдерской съемки потребует присутствия операторов дронов для управления ими, аналитиков для работы с информацией, обслуживающий персонал для ремонта дронов. Таким образом, цифровизация предприятий в перспективе не окажет значительного влияния на уровень безработицы.

Быстринский ГОК сегодня находится на этапе пусконаладки и сдачи объектов в эксплуатацию. Одновременно идет процесс завершения отладки технологических процессов. В рамках ПНР блоком ИТ решаются несколько задач. Во-первых, участие в пусконаладочных работах, как служба заказчика по объектам связи АСУ, и обеспечение окончания ЗОС в плановые сроки. Во-вторых, производится приемка ИТ-инфраструктуры и систем АСУ более чем по 100 объектам, при этом объекты разнородные. Наряду с пусконаладочными работами в круглосуточном режиме поддерживается ИТ-инфраструктура, системы связи

и управления производством, а также ведется приемка таких систем от подрядчиков.

В рамках цифровизации руководством предприятия ставятся следующие цели: внедрение системы мобильного обходчика, предиктивной аналитики по авариям в разрезе категорий критичности оборудования и применения промышленного «Интернета вещей», создание «рудника без людей», где перевозки осуществляют беспилотные самосвалы, добычу ведет удаленно управляемый экскаватор, а оперативную маркшейдерскую съемку выполняют дроны. Уже в текущем году планируется первый пробный запуск беспилотного самосвала.

По оценкам Директора по ИТ Быстринского ГОКа применение Big Data и создание «цифровых двойников» позволит предвидеть развитие производственных процессов, включая оценку неопределенности. Отдельная область — выработка рекомендаций для операторов по оптимизации процессов в режиме реального времени. В качестве исходных используются данные в реальном времени, получаемые от систем АСУ ТП и контроллеров, пакетные данные, лабораторные измерения из ЛИМС (Лабораторно-информационной системы), данные ручного ввода.

В ходе исследования выявлено, что основное оборудование объектов Быстринского ГОКа, такое как:

- погрузочная техника;
- самосвалы карьерные;
- гирационная дробилка;
- мельницы самоизмельчения;
- мельницы шаровые;
- насосное оборудование;
- пресс-фильтры;
- гидроциклоны;
- сгустители;
- конвейеры;
- основные элементы системы электро- и водоснабжения;
- оборудованы современными комплексами АСУ ТП.

Комплексы АСУ ТП вышеперечисленного оборудования обладают широкими возможностями по отслеживанию и сбору данных с датчиков, хранению и анализу собранных данных. Собираемых датчиками параметров достаточно для анализа работы оборудования и установления причин отказов и аварий.

Однако, возможности этих комплексов раскрыты не в полной мере. Информация о циклах работы оборудования, режимах работы оборудования не консолидируется для прогнозирования наработки оборудования на отказ. Ведение журналов дефектов в традиционной форме потеряло свою актуальность, так как информация из этих журналов не доступна руководителям в онлайн режиме, не пригодна для всестороннего анализа причин выхода оборудования из строя и не

позволяет управлять надежностью оборудования путем автоматического прогнозирования отказов на основании параметров работы оборудования. Обслуживание оборудования планируется и осуществляется согласно регламентам, техдокументации, результатам диагностики, однако, такой подход достаточно инертный и не способен гибко реагировать на изменение состояния оборудования в режиме онлайн.

Это связано с отсутствием необходимого программного обеспечения, позволяющего полученную информацию консолидировать и анализировать с возможностью составления прогнозов по работе оборудования.

В заключение можно сделать вывод, что цифровая трансформация и предиктивная аналитика, в частности, являются жизненно необходимым шагом в конкурентной борьбе Быстринского ГОКа на металлургическом рынке. Взяв во внимание то, что предприятие является новым и имеющим в своем арсенале современное оборудование и технику, которая позволяет выстроить цифровое предприятие, а также учитывая тот факт, что даже старые предприятия активно включаются в процесс освоения цифровизации, и достигающие значимых результатов, необходимо продолжать работу в данном направлении более активно. В противном случае БГОК имеет шансы стать отстающим предприятием в конкурентной борьбе на рынке полезных ископаемых. ■

1. Предиктивная аналитика на производстве [Электронный ресурс] – URL: <http://www.energybase.ru> (Дата обращения: 20.03.2020)

2. Прогнозная аналитика в промышленности [Электронный ресурс] – URL: <http://analytics.trinitygroup.ru> (Дата обращения: 20.03.2020)

3. Прогнозная аналитика: неожиданные корреляции [Электронный ресурс] – URL: <http://www.computerworld.ru> (Дата обращения: 20.03.2020)

4. What Industry 4.0 can do for maintenance статья Mckinsey&Company

5. Единое цифровое пространство для ремонтных производств. Группа компаний INTRATOOL

6. Федосов, Создание цифрового горного предприятия. Презентация с выставки Интратех-2019

7. Шауро В. компания Эмерсон. Презентация с выставки Интратех-2019.

8. Гусев А. Цифровой завод. Презентация с выставки Интратех-2019.

9. На пути к «умному» горнодобывающему предприятию. Директор по IT ООО «ГРК «Быстринское» Д.В. Пшиченко, журнал IT-Manager, 2019

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

What Industry 4.0 can do for maintenance статья Mckinsey&Company

Гусев А. Цифровой завод. Презентация с выставки Интратех-2019.

Единое цифровое пространство для ремонтных производств. Группа компаний INTRATOOL

На пути к «умному» горнодобывающему предприятию. Директор по IT ООО «ГРК «Быстринское» Д.В. Пшиченко, журнал IT-Manager, 2019.

Предиктивная аналитика на производстве [Электронный ресурс] – URL: <http://www.energybase.ru> (Дата обращения: 20.03.2020)

Прогнозная аналитика в промышленности [Электронный ресурс] – URL: <http://analytics.trinitygroup.ru> (Дата обращения: 20.03.2020)

Прогнозная аналитика: неожиданные корреляции [Электронный ресурс] – URL: <http://www.computerworld.ru> (Дата обращения: 20.03.2020)

Федосов, Создание цифрового горного предприятия. Презентация с выставки Интратех-2019

Шауро В. компания Эмерсон. Презентация с выставки Интратех-2019.

Bistrinsky GOK and predictive analytics. Position, trends, opportunities

© **Ustyuzhin I., 2020**

This article is an analysis of the current situation in the mining industry in the context of the using of predictive analytics methods. Position of the Bystrinsky GOK in this system. The main trends, opportunities and risks of the Bystrinsky GOK, associated with the use or neglect of predictive analytics methods and digitalization generally.

Keywords: predictive analytics, GKRB, Bystrinsky, digitalization, equipment reliability, life cycle

УДК 330.342.44

SUSTAINABLE TRANSPORT POLICIES: GOOD PRACTICES

© **Khaykhadaeva O., 2020**

Buryat State University, Ulan-Ude

Many cities in the world are trying to implement transport policies to mitigate negative impacts of transportation on the environment. Existing problems in the area of transportation include mobility patterns, urban sprawling, congestion. Transport sector of the economy is generally viewed as less successful in reducing greenhouse gases in comparison with such sectors as energy or industrial production. But there are successful transport systems, and studying these success stories would help reach good results in other cities. Studying

good practices is very useful since it can give insights into policy tools utilized by successful cities. This paper is devoted to studying an experience of two cities, Seattle and Montreal, in implementation of sustainable transport systems by using different styles of regulation and policy tools.

Keywords: transport policies, congestion, government, governance, policy instrument.

Many cities in the world are trying to implement transport policies to mitigate negative impacts of transportation on the environment (Mayers, 2000). Existing problems in the area of transportation include mobility patterns, urban sprawling, congestion. Transport sector of the economy is generally viewed as less successful in reducing greenhouse gases (GHG) in comparison with such sectors as energy or industrial production (Monbiot, 2006). Moreover, transport related GHG emissions continue to increase (International Energy Agency, 2013).

Comparing different transport systems and determining successful ones is not an easy task. This is because of different geographical and socio-economic characteristics of each country. But despite it, studying good practices is very useful since it can give insights into policy tools utilized by successful cities. This paper is devoted to studying an experience of two cities, Seattle and Montreal, in implementation of sustainable transport systems by using different styles of regulation and policy tools. In scientific literature, cities of Seattle and Montreal have got a recognition for their sustainable transport system and implementation of active transport policies.

In the centre of Seattle, in 2014, 45 % of people got to work by transit, which is 2 % more than in 2012. In general, Seattle uses public transport ten times more than the US average.

In Montreal, the use of transit and non-motorized modes is about 33 % (City of Montreal, 2010). Bike-sharing system in Montreal was implemented in 2009: it has more than 5 000 bicycles and is one of the largest in the North America (Shaheen et al., 2010). Thus, in terms of transit, bike and pedestrian modal share these two cities reached considerable success. But despite it, these cities face challenges such as increase of motorization and metropolitanization (Tremblay-Racicot and Mercier, 2014).

Urban Transport

The literature on sustainable urban transport addresses mostly two main challenges, namely: 1) multi-level public policies; 2) large number of stakeholders wishing to participate in decision-making.

Institutional fragmentation and the diffuse nature of authority lead to the multi-level policy environment, and this is especially true for transportation (Mercier et al., 2016; Brown, 2012). The problem is partly defined by the fact that the main city may be at odds with smaller, but growing, cities within its metropolitan region.

The second challenge concerns a wide variety of state and non-state actors, NGOs, interest groups, private firms, voluntary organizations (Mayntz, 2006), who have aspirations to participate in decision-making. This array of stakeholders and combination of their interests «has weakened the ability of territorially based

jurisdictions to control policy formulation and implementation in traditional ways (Howlett et al., 2009, p.384). Moreover, it challenges top-down regulations conducted by the centralized city government (Frey, 2012).

Responding to fragmentation of urban areas and growing demands for participation in decision-making, urban scholars use the concept of «multi-level governance» (Horak and Young, 2012).

The notion of governance (in contrast to «government»), firstly, «fits perfectly with the research agenda in urban politics (where) public-private partnerships and other forms of exchange between local authorities and their environment had long been in place» (Pierre, 2011, p.6). Secondly, governance requires different set of instruments for implementation (Howlett, 2014; Torting and Triantafillou, 2013; Torting et al., 2012). And governance instruments are less direct and more interactive (Jordan et al., 2003; Howlett, 2001; Kassim and Le Gales, 2010; Salamon, 2002).

This paper studies the mix of policy instruments (Howlett, 2011) and styles of intervention to reach sustainable urban transportation system.

Government instruments can be described as more «top-down» and «coercive». On the opposite, governance instruments are those that are more participative, interactive and flexible. In addition to government and governance instruments, in practice there can be self-regulative and informative instruments. In this paper, effort is made to clarify how government and governance instruments work.

Seattle

The city of Seattle and Washington State are leaders in sustainable transport. Washington State has been a leader in policy adoption concerning greenhouse gases emission reduction since 1990, a year of adoption of the Growth Management Act. The City of Seattle and King County have had long-term sustainability program for GHG decrease (Mercier et al., 2016).

Seattle is considered as a city where «cultures of deep ecology and high technology merge» (Jarvis, 2001, p.243). In Seattle, sustainability became a key subject in policy making since 1991 (Atkisson, 1996; Mercier et al., 2016). Public transport promotion became one of the main political issue. In Seattle, the construction of major road infrastructure was reduced and replaced with unprecedented development of public transit projects. City's policies include creation of a wide choice of quality mobility infrastructure, reduced travel time, rational economic development.

No doubt, sustainable transport policies imply imposition of some constraints on citizens. But despite it, Seattle authorities see their duty in offering more and better mobility choices.

Montreal

In Montreal, there are many institutional players with competing mandates: the Province, the regional government, the regional transit agency and the City of Montreal (Mercier et al., 2016). The provincial government responsibilities include provincial capital plan for road infrastructure and public transit, transport plan for Montreal. The City of Montreal controls Agglomeration (which includes all municipalities on the Island of Montreal). The Government of Canada owns main transport infrastructure (ex., bridges, ports). The metropolitan government comprised of the region mayors (the CMM) controls transport and land use planning. In addition, there is the AMT (Agency Métropolitaine de Transport) that operates the commuter rail service and coordinates transit operators around and to Montreal. In general, Montreal has good results in terms of promoting sustainable transport. However, according to expert opinions, Montreal could have better results if transport governance was improved (Mercier et al., 2016).

Historically, Montreal has developed more compactly because of its island configuration. Compact development, in turn, was more favourable for public transport. However, recent trends show that growth has taken place far from the city center in low density areas, even outside island itself. This pattern of development has caused big problems related with its aging infrastructure which has led to congestion problems.

At the same time, there are significant positive changes such as transit use growth among different cohorts of population, especially among young people, as well as transit-friendly municipal policies (ex., transit-oriented development around subway and railway stations) (Grimsrud and El-Geneidy, 2013). But despite these positive trends, there are, according to expert opinions, problems with public transport such as schedule complexities, duration of trips, crowding, lack of comfort, etc. (Mercier et al., 2016).

Policy instruments

What policy instruments these cities have chosen to implement their transport policies? Both cities rely on government instruments at some point to implement their policies. These types of instruments can take many forms, but all of them are forceful and coercive. As for governance instruments, they are more complex. This kind of instruments implies interaction that requires a response, but this response is not imposed coercively. Governance/Interactive instruments can take two forms: an economic response and a political response.

An economic response means that stakeholders modify their behavior in response to financial incentives and disincentives used by public authorities. For example, public authorities can use financial disincentives to use private car by charging a congestion fee.

As for political response, if public authorities wish to consult stakeholders on the elaboration and implementation of transportation plan. Doing this, public authorities hope for public participation and support.

Sustainable urban transport is socially and technically challenging issue. Cities need time in studying traffic patterns, public and expert opinions. In general, the City of Seattle actively uses interactive instruments as political as economic ones. For example, public authorities actively use extended consultations with citizens. As for Montreal, it uses a hybrid form of regulation (mix of government and governance instruments).

Conclusion

Two cities are different, but despite this fact, there are some emerging patterns. First of all, there is the challenge of metropolitanization and fragmentation.

As for promotion of sustainable urban transport, these cities have used such policies as greenhouse gases reduction policies, land use policies, transit/transport policies. The study of two cities showed that the difference between government and governance instruments are not so much clear as it might appear at first glance. Moreover, these instruments complement each other. In contemporary world, government instruments have become more flexible and interactive. On the other hand, governance instruments, at some points, especially economic instruments, can be more coercive (Wurzel et al., 2013).

In future, probably, trends of convergence towards comparable policy mixes will strengthen. However, this move may take quite long time (Williamson, 2000; Carey and Low, 2012).

The use of governance instruments does not exclude the use of government instruments. Moreover, in the face of externalities and interdependence, which are characteristic elements for urban transport, the presence of government instruments is, actually, absolutely necessary. The use of governance instruments is particularly helpful in metropolitan regions that are fragmented. But, it should be noted that some level of centralization is necessary to achieve sustainable urban transport in the region. ■

10. Atkisson, A., 1996. Developing indicators of sustainable community: lessons from Sustainable Seattle. *Environ. Impact Assess. Rev.* 16(4), 337–350.

11. Brown, D.M., 2012. Comparative climate change policy and federalism: an overview. *Rev. Policy Res.* 29(3), 322–333.

12. Carey, C., Low, N., 2012. *Institutional Barriers to Sustainable Transport*. Ashgate, Farnham.

13. Frey, K., 2012. Abordagens de governança em áreas metropolitanas da América Latina: avanço seculares. *Urbe* 4(1), 87–102.

14. Grimsrud, M., El-Geneidy, A., 2013. Driving transit retention to renaissance: trends in Montreal commute public transport mode share and factors by age group and birth cohort. *Public Transp.* 5(3), 219–241.

15. Horak, Martin, Young, Robert, 2012. *Sites of Governance: Multilevel Governance and Policy Making in Canada's Big Cities*. McGill-Queen's University Press, Montreal, Kingston.

16. Howlett, M., 2011. *Designing Public Policies: Principles and Instruments*. Routledge, London, New York.

17. Howlett, M., 2014. From the 'old' to the 'new' policy design: design thinking beyond markets and collaborative governance. *PolicySci.* 47(3), 187–207. <http://dx.doi.org/10.1007/s11077-014-9199-0>.
18. Howlett, M., Rayner, J., Jollefson, C., 2009. From government to governance in forest planning? Lessons from the case of the British Columbia Great Bear Rainforest initiative. *For.PolicyEcon.* 11, 383–391.
19. Jarvis, H., 2001. Urban sustainability as a function of compromises households make deciding where and how to live: Portland and Seattle compared. *Local Environ.* 6(3), 239–256.
20. Jordan, A., Wurzel, R., Zito, A., 2003. Comparative Conclusions – 'New' Environmental policy instruments: an evolution or a revolution in environmental policy? *Environ.Polit.* 12(1), 201–224.
21. Kassim, H., Galès, P., 2010. Exploring governance in a multilevel polity: a policy instruments approach. *WestEur.Polit.* 33(1), 1–21.
22. Mayeres, I., 2000. The efficiency effects of transport policies in the presence of externalities and distortionary taxes. *J.Transp. Econ. Policy* 34(2), 233–259.
23. Mayntz, R., 2006. From government to governance: political steering in modern societies. In: Scheer, D., Rubik, F. (Eds.), *Governance of Integrated Product Policy: In Search of Sustainable Production and Consumption*. Greenleaf Publishing, Sheffield, pp. 18–25.
24. Mercier, J., Carrier, M., Duarte, F., Tremblay-Racicot, F., 2016. Policy tools for sustainable transport of the Americas: Seattle, Montreal and Curitiba. *Transport Policy* 50, 95–105.
25. Monbiot, George, 2006. *Heat: How to Stop the Planet from Burning*. Penguins Books, New York.
26. Pierre, Jon, 2011. *The Politics of Urban Governance*. Palgrave Macmillan, New York.
27. Pierre, Jon, Peters, B. Guy, 2000. *Governance, Politics and the State*. Macmillan Press, London.
28. Salamon, L. M., 2002. *The Tools of Government: A Guide to the New Governance*. Oxford University Press, New York.
29. Shaheen, Susan, Guzman, Stacey, Zhang, Hua, 2010. Bike sharing in Europe, the Americas, and Asia: past, present, and future. *Transp.Res.Rec.* 2143(1), 159–167.
30. Torfing, J., Triantafyllou, P., 2013. What's in a name? Grasping new public governance as a political-administrative system. *Int.Rev.PublicAdm.* 18(2), 9–25. <http://dx.doi.org/10.1080/12294659.2013.10805250>.
31. Torfing, J., Peters, G., Pierre, J., Sorensen, E., 2012. *Interactive Governance: Advancing the Paradigm*. Oxford University Press.
32. Tremblay-Racicot, F., Mercier, J., 2014. Integrating transportation and land use planning at the metropolitan level in North America: multilevel governance in Toronto and Chicago. *Urbe* 6(2), 184–200.
33. Williamson, O., 2000. The new institutional economics: taking stock, looking ahead. *J.Econ. Lit.* 38(3), 597–598.
34. Wurzel, R., Anthony R., Zito, Andrew J., Jordan, 2013. *Environmental Governance in Europe. A comparative Analysis of New Environmental Policy Instruments*. Cheltenham UK: Edward Elgar Publishing Limited and Northampton USA: Edward Elgar Publishing Inc.
- Brown, D.M., 2012. Comparative climate change policy and federalism: an overview. *Rev. Policy Res.* 29(3), 322–333.
- Carey, C., Low, N., 2012. *Institutional Barriers to Sustainable Transport*. Ashgate, Farnham.
- Frey, K., 2012. *Abordagens de governança em áreas metropolitanas da América Latina: avança e se atravessa*. *Urbe* 4(1), 87–102.
- Grimsrud, M., El-Geneidy, A., 2013. Driving transit retention to renaissance: trends in Montreal commute public transport mode share and factors by age group and birth cohort. *Public Transp.* 5(3), 219–241.
- Horak, Martin, Young, Robert, 2012. *Sites of Governance: Multilevel Governance and Policy Making in Canada's Big Cities*. McGill-Queen's University Press, Montreal, Kingston.
- Howlett, M., 2011. *Designing Public Policies: Principles and Instruments*. Routledge, London, New York.
- Howlett, M., 2014. From the 'old' to the 'new' policy design: design thinking beyond markets and collaborative governance. *PolicySci.* 47(3), 187–207. <http://dx.doi.org/10.1007/s11077-014-9199-0>.
- Howlett, M., Rayner, J., Jollefson, C., 2009. From government to governance in forest planning? Lessons from the case of the British Columbia Great Bear Rainforest initiative. *For.PolicyEcon.* 11, 383–391.
- Jarvis, H., 2001. Urban sustainability as a function of compromises households make deciding where and how to live: Portland and Seattle compared. *Local Environ.* 6(3), 239–256.
- Jordan, A., Wurzel, R., Zito, A., 2003. Comparative Conclusions – 'New' Environmental policy instruments: an evolution or a revolution in environmental policy? *Environ.Polit.* 12(1), 201–224.
- Kassim, H., Galès, P., 2010. Exploring governance in a multilevel polity: a policy instruments approach. *WestEur.Polit.* 33(1), 1–21.
- Mayeres, I., 2000. The efficiency effects of transport policies in the presence of externalities and distortionary taxes. *J.Transp. Econ. Policy* 34(2), 233–259.
- Mayntz, R., 2006. From government to governance: political steering in modern societies. In: Scheer, D., Rubik, F. (Eds.), *Governance of Integrated Product Policy: In Search of Sustainable Production and Consumption*. Greenleaf Publishing, Sheffield, pp. 18–25.
- Mercier, J., Carrier, M., Duarte, F., Tremblay-Racicot, F., 2016. Policy tools for sustainable transport of the Americas: Seattle, Montreal and Curitiba. *Transport Policy* 50, 95–105.
- Monbiot, George, 2006. *Heat: How to Stop the Planet from Burning*. Penguins Books, New York.
- Pierre, Jon, 2011. *The Politics of Urban Governance*. Palgrave Macmillan, New York.
- Pierre, Jon, Peters, B. Guy, 2000. *Governance, Politics and the State*. Macmillan Press, London.
- Salamon, L. M., 2002. *The Tools of Government: A Guide to the New Governance*. Oxford University Press, New York.

REFERENCES

Atkisson, A., 1996. Developing indicators of sustainable community: lessons from Sustainable Seattle. *Environ. Impact Assess.Rev.* 16(4), 337–350.

Shaheen, Susan, Guzman, Stacey, Zhang, Hua, 2010. Bike sharing in Europe, the Americas, and Asia: past, present, and future. *Transp. Res. Rec.* 2143(1), 159–167.

Torfiing, J., Triantafyllou, P., 2013. What's in a name? Grasping new public governance as a political-administrative system. *Int. Rev. Public Adm.* 18(2), 9–25. <http://dx.doi.org/10.1080/12294659.2013.10805250>.

Torfiing, J., Peters, G., Pierre, J., Sorensen, E., 2012. *Interactive Governance: Advancing the Paradigm*. Oxford University Press

Tremblay-Racicot, F., Mercier, J., 2014. Integrating transportation and land use planning at the metropolitan level in North America: multilevel governance in Toronto and Chicago. *Urbe* 6(2), 184–200.

Williamson, O., 2000. The new institutional economics: taking stock, looking ahead. *J. Econ. Lit.* 38(3), 597–598.

Wurzel, R., Anthony R., Zito, Andrew J., Jordan, 2013. *Environmental Governance in Europe. A comparative Analysis of New Environmental Policy Instruments*. Cheltenham UK: Edward Elgar Publishing Limited and Northampton USA: Edward Elgar Publishing Inc.

Политика устойчивого транспорта: примеры успешного опыта

© Хайхадаева О. Д., 2020

Многие города мира пытаются внедрить транспортную политику, чтобы смягчить негативное воздействие транспорта на окружающую среду. Существующие проблемы в области транспорта включают модели мобильности, разрастание городов, пробки. Транспортный сектор экономики, как правило, считается менее успешным в сокращении выбросов парниковых газов по сравнению с такими секторами, как энергетика или промышленное производство. Но существуют успешные транспортные системы, и изучение этих историй успеха поможет достичь хороших результатов в других городах. Изучение передового опыта очень полезно, поскольку оно может дать представление об инструментах политики, используемых успешными городами. Эта статья посвящена изучению опыта двух городов, Сиэтла и Монреаля, по внедрению устойчивых транспортных систем с использованием различных стилей регулирования и инструментов политики.

Ключевые слова: транспортная политика, пробки, инструменты политики, правление

УДК 334.012

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКО-ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ НА ТЕРРИТОРИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

© Хун Вэй, 2020

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Туризм — это динамичная и многоплановая деятельность, которая присутствует в общественной, культурной, психологической, пространственной и экономической сферах. Это один из отраслей эффективного средства значительных валютных поступлений, создания новых рабочих мест, стимула для развития социальной и рыночной инфраструктуры. Туристско-информационные центры являются важными структурными элементами рекламно-информационной инфраструктуры туристической отрасли. Оно направляет туристические потоки в определенный регион и увеличение финансовых поступлений в местные бюджеты. Данная статья посвящена изучению опыта Иркутского туризма по разработке стратегии продвижения туристско-информационных центров, для развития туризма в другие города России.

Ключевые слова: туризм, международный, внутренний, ресурсы, экономика

В XXI веке мы наблюдаем тенденцию стремительного развития сферы туристских услуг.

Этому способствовали глобальные мировые изменения, возникшие еще в XX веке в сферах экономики, образования, здравоохранения и производства, которые оказали влияние на вектор развития рыночной экономики государств.

Произошедшие политические, экономические и социо-культурные трансформации в государственном устройстве Российской Федерации за последние десятилетия обусловили актуальность преобразования и формирования новых механизмов и рычагов управления в туристской сфере. Система туризма в Российской Федерации находится на этапе поиска новых приоритетных направлений,

прежде всего, это относится к туризму в северных регионах.

Кроме того, не всегда обеспечивается эффективное функционирование данного вида деятельности, что позволяет сделать вывод о необходимости разработки и внедрения современных моделей формирования имиджа территории с учетом предпочтений туристов из разных государств. При этом эффективное функционирование туризма, прежде всего, определяется тем, насколько успешно в них реализуется мониторинг и оценка туристского потенциала региона, проводятся маркетинговые исследования и т.д. Разработка предпосылок и теоретических закономерностей, которые детерминируют развитие ТИЦ Иркутской области,

представляет большой практический и научный интерес.

Туристские услуги в Иркутской области оказывает более 350 предприятий и организаций, уставы которых предусматривают данный вид деятельности.

Среди них различные туроператоры и турагентства, предприятия гостиничного типа, транспорта и др. Кроме того, на базе санаториев, домов отдыха и пансионатов действует 68 организаций, предоставляющих услуги в сфере лечебного и оздоровительного туризма.

Иркутская область насыщена природными, культурно-историческими, туристскими ресурсами, энергопромышленными объектами и сувенирной продукцией.

Поэтому туристские фирмы Иркутской области предлагают самые разнообразные турпродукты, начиная от стационарного отдыха с насыщенной экскурсионной, культурно-познавательной программой и до эксклюзивных туров для любителей охоты и рыбалки, а также конных и орнитологических туров, экстремальных походов, спелеотуризма, круизов по Байкалу с увлекательными погружениями и прочих видов активного отдыха.

Показатели въездного туризма, за последние три года, хорошо видно, что Иркутская область является весьма привлекательным и популярным местом отдыха не только для российских туристов (75 % общего числа туристов, не пересекавших государственной границы), но и для туристов более чем из 72 стран. Только за 2019 г Иркутскую область посетило более 13 тыс. иностранцев.

Сегодня можно утверждать, что произошло осознание важности развития туризма, как эффективного средства значительных валютных поступлений, создания новых рабочих мест, стимула для развития социальной и рыночной инфраструктуры, потенциального объекта инвестирования и тому подобное. Ведь туризм является не только одной из форм человеческой жизнедеятельности, но также и важным общественно-хозяйственным явлением современного мира. Туризм — это динамичная и многоплановая деятельность, которая присутствует в общественной, культурной, психологической, пространственной и экономической сферах.

Туризм — это способность людей путешествовать в течение определенного периода времени за пределами их обычной среды, и основной целью их путешествий является отдых, бизнес и другие цели. Продолжительность пребывания вне обычной среды составляет в случае внутреннего туризма до шести месяцев, а в случае международного туризма — до одного года подряд. Туризм — главная сила в экономике каждой страны. Это определенно деятельность глобального значения и значимости. Определение туризма может быть объяснено как со стороны спроса, так и со

стороны предложения. Со стороны спроса туризм определяется как: «деятельность человека, путешествующего и находящегося в местах, выходящих за пределы обычной среды, не более одного года подряд для отдыха, бизнеса и других целей» [1].

С точки зрения предложения, Статистическая комиссия Организации Объединенных Наций в 2000 году утвердила принятие вспомогательных счетов туризма в качестве метода измерения экономической значимости туризма, который измеряет товары и услуги, приобретенные посетителями, чтобы оценить размер туризма как экономического подсектора. Согласно Корецкой-Гармаш В. А., Крыжней А. Н., туризм можно классифицировать на два основных типа в зависимости от характера поездки [2]:

а) Международный туризм относится к туризму, который переходит через границы национальной страны. Международный туризм означает территориальную реализацию туризма, включая перемещение туристов между государствами. Иностранцы определяются как общее количество иностранных прибывающих, исключая работников.

б) Внутренний туризм относится к туризму, который осуществляется в пределах границ страны. В качестве примера можно привести жителей России, которые путешествуют по черноморскому побережью, приезжают в города Москву и Санкт-Петербург, поездка при этом длится более одной ночи, но менее одного года, и целью поездки не является оплачиваемое мероприятие. Статистика внутреннего туризма очень важна в следующих отношениях:

- измерить вклад туризма в общую экономику;
- измерить влияние туризма на валовой внутренний продукт;
- для маркетинговой политики и продвижения;
- для политика устойчивого развития территорий (для обеспечения высокого качества окружающей среды в туристических зонах);
- для поддержки социальной политики.

Внутренний туризм измеряется выборочными обследованиями в форме опросов домашних хозяйств, оценки транспортных потоков, обследований в пунктах назначения и опросов поставщиков. Обследования домашних хозяйств, измеряемые с помощью вопросников, основаны на знаниях жителей и дают представление о внутреннем туризме для удовольствия или деловых целей. С другой стороны, бывает изучение на маршруте обследования — это анализ перемещений туристов во время поездки.

Еще одно разделение туризма касается выездного и въездного туризма. Выездной туризм относится к туризму граждан, посещающих направления в других странах. Въездной туризм относится к туризму нерезидентных туристов внутри страны. Международный туризм — это

сочетание въездного и выездного. Турист в иностранном туризме — это человек, который путешествует в другую страну, отличную от той, в которой он имеет свое обычное место жительства, и на срок не более одного года, но включая как минимум одну ночь. Основная цель путешествий — не создание бизнеса. Турист — это лицо, которое выезжает в страну, отличную от той, в которой он / она имеет свое обычное место жительства, но находится за пределами своей обычной среды, на период, не превышающий 12 месяцев [3].

За последние годы литература по экономике туризма показала растущий интерес к заявленным потребительским предпочтениям, применяемым для анализа спроса на туризм [4]. В некоторых исследованиях основное внимание уделялось конкретным аспектам, таким как определение воздействия на международный туризм выбранных характеристик, которые должны иметь объекты размещения или выбранная для отдыха местность, или оценки чувствительности к цене туристических туров по принципу «единого источника — единого назначения» в сфере международного

туристического спроса [5]. Несколько иной подход, в соответствии с давними традициями в исследованиях отрасли транспорта, который был важным элементом выбора места назначения международного туристического спроса и для моделирования факторов, которые определяют потоки въездного туризма для коротких поездок [6].

В данной связи на первый план выходит значимость современных туристско-информационных центров в развитии туристского пространства. Это связано с тем, что после того, как место назначения успешно привлекло посетителя, следующая возможность обслуживать рынок возникает через информационно-туристический центр назначения, который иногда называют «приветственным центром». В последнее время в различных странах все чаще разрабатывают такие центры в популярных туристических направлениях, которые обеспечивают универсальное физическое местоположение, из которого путешественники могут подключаться к местным предприятиям и услугам.



Рис. 1. Цели и задачи ТИЦ

Эти центры обеспечивают благоприятную среду для путешественников, чтобы они могли собираться, узнавать о доступных туристических продуктах и услугах в регионе и бронировать места. Кроме того, туристические информационные центры могут предоставить пространство для получения дохода за счет продажи товаров и местных изделий ручной работы, а также сбора и анализа важной информации и статистики путешественников.

В основе концепции «туристско-информационных центров» (далее — ТИЦ) лежит их двойная миссия. Центры для посетителей не только предоставляют информацию и услуги бронирования для путешественников, но также могут обслуживать местных поставщиков туризма и общечеловечность.

Помимо обучения персонала центров туристической информации, они могут помочь местам назначения собрать информацию для

решения целого ряда местных инициатив — от инициатив по утилизации отходов до очистки пляжей или организации фермерских рынков и местных фестивалей.

Страны развивают эти центры и реализуют учебные программы с целью предоставления услуг как путешественникам, так и поставщикам. Мы согласны с тем, что роль управления ТИЦ сложна. Помимо надзора за повседневной деятельностью центра, они занимаются маркетингом места назначения, налаживают связи с местной туристической торговлей, планируют мероприятия и служат связью с местным сообществом.

Развитие информационного центра может превратить туристический информационный центр в хорошо представленное и доступное физическое пространство для информирования посетителей об активностях, доступных в пункте назначения, а также в

качестве местного центра и места встречи для местных жителей и туристических компаний.

Информационные услуги должны быть целью туристической индустрии и ТИЦ, в частности всей необходимой информации, предоставляемой посетителям, туристической индустрии и средствам массовой информации, когда и где они требуются. На этапах планирования перед визитами информацию можно получить в филиалах ТИЦ по почте, электронной почте, телефону или напрямую.

Прямой контакт может происходить во время участия в выставках или других мероприятиях. Интернет становится все более и более основным источником информации перед поездкой, жизненно важным является создание всеобъемлющих, гибких и обновляемых веб-сайтов.

Во время поездок турист более склонен лично искать информацию в разных местах контакта, особенно у операторов транспорта и размещения, а также в туристических информационных центрах.

Хороший туристический информационный центр (ТИЦ) будет работать не только как офис, который посещают туристы, но и как пункт распространения информации через местных поставщиков транспорта и жилья.

Туристско-информационные центры являются важными структурными элементами рекламно-информационной инфраструктуры туристической отрасли. Международный опыт создания и деятельности таких центров демонстрирует реальное направление туристических потоков в определенный регион и увеличение финансовых поступлений в местные бюджеты. ■

1. Александрова А. Ю. Международный туризм: учебное пособие для вузов / А. Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 464 с.

2. Бабкин А. В. Специальные виды туризма [Текст] : учебное пособие / А. В. Бабкин. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. - 252 с.

3. Багрян В. А. Международный туризм и его влияние на развитие мировой экономики // Вестник РГЭУ РИНХ. 2013. №1-2 (41,42). С.147-152.

4. Баумгартен Л. В. Управление качеством в туризме [Текст] : практикум / Л. В. Баумгартен. - Москва : КНОРУС, 2008. - 288 с.

5. Вольвач Я. В. Туристские услуги как объект гражданских правоотношений: монография. – М.: Норма, Инфра-М, 2012. – 128 с.

6. География туризма: учебник/ коллектив авторов; под ред. А. Ю. Александровой. 3-е изд. испр. — М.: КНОРУС, 2018. – 592 с.

7. Голубчиков Ю. Н. Основы гуманитарной географии: Учебное пособие / Ю.Н. Голубчиков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 364 с.

8. Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость / Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб: Питер, 2001. – 480 с.

9. Корецкая-Гармаш В. А., Крыжняя А. Н. Повышение уровня конкурентоспособности экономики России за счет развития туристической индустрии // Туризм и гостеприимство. 2016. №2 С.24-28.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Александрова А. Ю. Международный туризм: учебное пособие для вузов / А. Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 464 с.

Бабкин А. В. Специальные виды туризма [Текст] : учебное пособие / А. В. Бабкин. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. - 252 с.

Багрян В. А. Международный туризм и его влияние на развитие мировой экономики // Вестник РГЭУ РИНХ. 2013. №1-2 (41,42). С.147-152.

Баумгартен Л. В. Управление качеством в туризме [Текст] : практикум / Л. В. Баумгартен. - Москва : КНОРУС, 2008. - 288 с.

Вольвач Я. В. Туристские услуги как объект гражданских правоотношений: монография. – М.: Норма, Инфра-М, 2012. – 128 с.

География туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. А. Ю. Александровой. 3-е изд. испр. – М.: КНОРУС, 2018. – 592 с.

Голубчиков Ю. Н. Основы гуманитарной географии: Учебное пособие / Ю. Н. Голубчиков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 364 с.

Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость / Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб: Питер, 2001. – 480 с.

Корецкая-Гармаш В. А., Крыжняя А. Н. Повышение уровня конкурентоспособности экономики России за счет развития туристической индустрии // Туризм и гостеприимство. 2016. №2 С.24-28.

Development of a strategy for promoting tourist information centers on the territory of the Russian federation on the example of the Irkutsk region

© **Khun Vey, 2020**

Tourism is a dynamic and multifaceted activity that presents in the social, cultural, psychological, spatial and economic spheres. This is one of the most effective means of generating significant foreign exchange earnings, creating new jobs, and stimulating the development of social and market infrastructures. Tourist information centers are very important structural elements of the advertising and information infrastructure of the tourism industry. It can direct tourist flows to a particular region and increases financial revenues to local budgets. This article is devoted to the study of the experience of Irkutsk tourism in developing a strategy for promoting tourist information centers for the development of tourism to other cities of Russia.

Keywords: tourism, international, domestic, resources, economy

ИЗМЕНЕНИЕ ПОДХОДОВ К ОБУЧЕНИЮ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ КЛИПОВОГО МЫШЛЕНИЯ

© Царевская О. А., Юдалевич Н. В., 2020

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье проанализированы современные исследования в области образования в условиях клипового типа мышления. Сопоставлены два типа мышления — понятийное и клиповое, выявлены причины необходимости изменения подходов к обучению людей, обладающих новым типом мышления.

Ключевые слова: клиповое мышление, понятийное мышление, современный человек, факторы, методики, студенты, преподаватели, эффективность

Клиповое мышление, как феномен современного общества, появился сравнительно недавно и поэтому до конца еще не понят, а следовательно, активно изучается учеными и педагогами по всему миру. Его появление обусловлено тем, что люди каждый день пропускают через себя огромный поток информации, который мозг просто не способен обработать в том темпе, который требуется человеку.

По этой причине человеку приходится просеивать поток информации и выделять интересующие его моменты. Появление множества блогов, коротких постов, большого количества аудио и видео контента приводит поверхностному восприятию, а также рассеянности и плохой концентрации человека. Несмотря на это, обществу, ориентированному на получение новых знаний, требуются квалифицированные специалисты, заинтересованные в своей сфере, способные разбираться в вопросах области достаточно хорошо для выполнения поставленных задач. Специалисты сходятся во мнении, что современные студенты и школьники по способу мышления абсолютно противоположны предыдущим поколениям. Часто встречающееся непринятие педагогами феномена клипового мышления не позволяет адаптировать образовательный процесс и сделать его наиболее эффективным. Они придерживаются мнения, что тип мышления может измениться в зависимости от метода подачи информации. Учить современных студентов стало сложнее, ведь по данным специалистов, количество индивидов, имеющих клиповое мышление, составляет 70 % от общего числа обучающихся.

Понятие «клиповое мышление», а точнее «Clip culture», появилось еще в начале двадцатого века, будучи введенным американским социологом и футурологом Элвином Тофлером в своей книге «Третья волна» и означающим фрагментарно-мозаичный характер представления о мире, а также поверхностное знание [1,2].

Зарождение данного феномена предсказал философ Макюлен М. еще во времена отсутствия каких-либо гаджетов и Интернета. Он писал: «...общество, находясь на современном этапе развития, трансформируется в «электронное

общество» или «глобальную деревню» и задает, посредством электронных средств коммуникации, многомерное восприятие мира. Развитие электронных средств коммуникации возвращает человеческое мышление к дотекстовой эпохе, и линейная последовательность знаков перестаёт быть базой культуры» [3].

Клиповое мышление — восприятие человеком абсолютно несвязных между собой, быстро сменяющихся образов, представленных без какого-либо контекста. Данное мышление отличается от мышления понятийного, присущего предыдущим поколениям, где используются понятия и логические конструкции.

Культуролог Фрумкин К. Г. выделил несколько ключевых факторов, способствовавших возникновению клипового мышления у современных молодых людей.

К первому фактору можно отнести увеличение объемов поступающей информации из-за ускорения темпа жизни. Это привело к тому, что человек частично утратил способность к глубокой концентрации, стал фильтровать поступающую информацию и уделять внимание сокращенным, сжатым текстам.

Ко второму фактору относится необходимость в потреблении самой актуальной информации по причине большого объема и скорости ее поступления. Человек мгновенно выделяет актуальную для него информацию, не углубляясь в подробности и зачастую не дочитывая (не досматривая) ее до конца. Это значительно сокращает время на обобщение поступившей информации, и это ценно, учитывая ее объем.

Третий фактор — огромное разнообразие информации. Сейчас можно найти тексты, блоги, посты если не на любую тему, то на многие из них.

Четвертым фактором является увеличение количества действий, которые индивид может совершать одновременно. Человек, скользя по информации не прерывается на размышления, тем самым не задействует нужную цепь нейронов, которая в свою очередь обрабатывает все последовательно, по одной задаче за раз. В результате чего атрофируется долговременная память. Поэтому, по мнению Фрумкина К. Г.,

вместо «дела» и «занятия» появилось понятие «проект». Большое количество различных по содержанию проектов заставляет человека использовать различные информационные потоки в большом количестве.

Последним, пятым фактором является рост «диалогичности» на уровнях системы социальной среды. По мнению Фрумкина К. Г., обычный текст является монологом автора, когда реплики разбивают его на отдельные фрагменты [4, 5].

Среди недостатков современного мышления можно выделить следующие: небольшой объём внимания и памяти, быстрая утомляемость, неспособность уделять внимание одному делу в течение продолжительного времени, плохой анализ информации, отсутствие четкой логики, языковой минимализм, бедность эмоций, плохое вычленение и установление логических связей, при повышенной сложности материала быстрая потеря интереса, а также плохая усидчивость [6].

К плюсам современного типа мышления можно отнести: скорость реакции, способность к защите от перегруза информацией, способность к многозадачности и желание обладать разнообразной информацией [7].

Из вышесказанного следует, что методы обучения, созданные для людей с понятийным мышлением, или «людей книг», бессмысленны для учеников и студентов с клиповым мышлением, или «людей экрана». Современный выпускник средних образовательных учреждений, как правило, плохо подготовлен к решению задач, связанных с оперированием письменной информацией, не владеют навыками качественного прочтения текстов и их интерпретации, а также устной и письменной репрезентации прочитанного. В вузе же, наблюдается конфликт между когнитивным стилем усвоения информации и традиционной, понятийной, в основном лекционной, подачей информации [4].

Как было указано выше, преподаватели в основном придерживаются «старых» методик обучения, что на сегодняшний день является неэффективным. Так что встает вопрос о том, как передать имеющуюся информацию с помощью современных технологий для обучения студентов с клиповым типом мышления.

Прежде всего стоит строить методики, исходя из положительных и отрицательных сторон данного мышления. Решением этой проблемы могут стать, например, новые методики обучения, такие как:

- Тренинги для тренировки внимания, мышления, памяти, а также восприятия, а также использование обучающих видеороликов.

- Составление ментальных карт. Эта методика позволяет структурировать и систематизировать имеющуюся информацию для решения проблем или простого конспектирования. После мозгового штурма создается сама карта, где посередине пишется главное понятие, от него на ветвях рисуются связанные с темой понятия, взятые из

списка, после мозгового штурма. Далее идут ветви, на которых пишутся понятия, раскрывающие смысл предыдущих и так далее. Ментальная карта помогает эффективно запомнить информацию и как можно легче ее воспроизвести. На сегодняшний день существует множество приложений, помогающих «клиповому» человеку в составлении ментальных карт, а следовательно, развитию элементов понятийного мышления и способностей выстраивать логические связи [8].

- Геймификация. Данная методика проявляется в применении различных методов создания игр для неигровых областей, например, бизнес-игры, обучение и социальные проекты, для большей вовлеченности участников в процесс. Введя игры в обучение, можно сделать так, что для ученика работа над заданием станет не просто чем-то скучным, а например, уровнем, который надо пройти и получить доступ к новому квесту. Применение квестов в образовании, позволяет не просто зазубривать материал, а пытаться разгадать загадку и докопаться до истины. Это способствует несомненному повышению уровня знаний за счет вовлеченности учащихся [9]. Смотри на существующие минусы, именно геймификация возвращает интерес к образованию и помогает в достижении результатов. В результате она мотивирует заниматься ученика в свободное от учебы время, способствует формированию адекватного отношения к тому, что совершать ошибки в процессе обучения — это естественно, использует современные технологии, делает процесс обучения веселым и увлекательным как для учеников, так и для преподавателей, а также делает сам процесс более эффективным [10,11].

В заключение следует отметить, что до сих пор многие школы и вузы пользуются традиционными моделями обучения, что мешает применению современных технологий. Однако, постепенно образование станет более приспособленным к новому типу мышления. Это неизбежно. Нужно не бояться применять новые методики в обучении такие как интерактив, взаимодействие с мультимедийными средствами, использование визуального формата материала вместе с традиционным обучением. Все это должно способствовать лучшим результатам в образовательном процессе современного поколения, обладающего клиповым мышлением. ■

1. Клиповая культура. [Электронный ресурс] URL:https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BB%D0%B8%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F_%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0 (Дата обращения: 01.04.2020)

2. Клиповое мышление (2014) документальный фильм. [Электронный ресурс] URL:https://ainews.ru/2017/04/klipovoe_myshlenie_2014_dokumentalnyj_film.html (Дата обращения: 01.04.2020)

3. Макюлен М. Галактика Гуттенберга: Становление человека печатающего
4. Землинская Т. Е., Ферсман Н. Г. Методики вузовского обучения в контексте клипового мышления современного студента. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodiki-vuzovskogo-obucheniya-v-kontekste-klipovogo-myshleniya-sovremennogo-studenta> (Дата обращения: 03.04.2020)
5. Ломбина Т. Н., Юрченко О. В. Особенности обучения детей с клиповым мышлением [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-obucheniya-detey-s-klipovym-myshleniem> (Дата обращения: 03.04.2020)
6. Полевой С. А., Павлова В. В. Особенности обучения студентов с клиповым мышлением [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-obucheniya-studentov-s-klipovym-myshleniem> (Дата обращения: 03.04.2020)
7. Кутузова Н. В. «Клиповое мышление» как массовое поверхностное восприятие информации // Инновационные педагогические технологии: материалы VIII Междунар. науч. конф. (г. Казань, май 2018 г.). — Казань: Молодой ученый, 2018. — С. 6-8. — [Электронный ресурс] URL: <https://moluch.ru/conf/ped/archive/278/14175/> (Дата обращения: 03.04.2020)
8. Яковлева С. С. Использование ментальных карт в обучении студентов вуза. [Электронный ресурс] URL: <https://scienceforum.ru/2019/article/2018015651> (Дата обращения: 03.04.2020)
9. Геймификация. [Электронный ресурс] URL: <https://www.calltouch.ru/glossary/geymifikatsiya/> (Дата обращения: 03.04.2020)
10. Галимов М. Геймификация в обучении: что, как и зачем. [Электронный ресурс] URL: <http://freepublicity.ru/gejmifikacziya-v-obuchenii-cto-kak-i-zachem/> (Дата обращения: 03.04.2020)
11. Мазелис А. Л. Геймификация в электронном обучении // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. — 2013. — № 3 (21). — С. 139-142. [Электронный ресурс] URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=20304445> (Дата обращения: 03.04.2020)
12. Гиренок Ф. И. Клиповое сознание. М.: Проспект, 2016. 256 с.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

- Галимов М. Геймификация в обучении: что, как и зачем. [Электронный ресурс] URL: <http://freepublicity.ru/gejmifikacziya-v-obuchenii-cto-kak-i-zachem/> (Дата обращения: 03.04.2020)
- Геймификация. [Электронный ресурс] URL: <https://www.calltouch.ru/glossary/geymifikatsiya/> (Дата обращения: 03.04.2020)
- Гиренок Ф. И. Клиповое сознание. М.: Проспект, 2016. 256 с.
- Землинская Т. Е., Ферсман Н. Г. Методики вузовского обучения в контексте клипового мышления современного студента. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodiki->

vuzovskogo-obucheniya-v-kontekste-klipovogo-myshleniya-sovremennogo-studenta (Дата обращения: 03.04.2020)

Клиповая культура. [Электронный ресурс] URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B%D0%B8%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F_%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0 (Дата обращения: 01.04.2020)

Клиповое мышление (2014) документальный фильм. [Электронный ресурс] URL: https://ainews.ru/2017/04/klipovoe_myshlenie_2014_dokumentalnyj_film.html (Дата обращения: 01.04.2020)

Кутузова Н. В. «Клиповое мышление» как массовое поверхностное восприятие информации // Инновационные педагогические технологии: материалы VIII Междунар. науч. конф. (г. Казань, май 2018 г.). — Казань: Молодой ученый, 2018. — С. 6-8. — [Электронный ресурс] URL: <https://moluch.ru/conf/ped/archive/278/14175/> (Дата обращения: 03.04.2020)

Ломбина Т. Н., Юрченко О. В. Особенности обучения детей с клиповым мышлением [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-obucheniya-detey-s-klipovym-myshleniem> (Дата обращения: 03.04.2020)

Мазелис А. Л. Геймификация в электронном обучении // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. — 2013. — № 3 (21). — С. 139-142. [Электронный ресурс] URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=20304445> (Дата обращения: 03.04.2020)

Макюлен М. Галактика Гуттенберга: Становление человека печатающего

Полевой С. А., Павлова В. В. Особенности обучения студентов с клиповым мышлением [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-obucheniya-studentov-s-klipovym-myshleniem> (Дата обращения: 03.04.2020)

Яковлева С. С. Использование ментальных карт в обучении студентов вуза. [Электронный ресурс] URL: <https://scienceforum.ru/2019/article/2018015651> (Дата обращения: 03.04.2020)

Changing approaches to learning in the development of clip thinking

© Tsarevskaya O., Iudalevich N., 2020

This article analyses the current research in the field of education in clip thinking. A comparison between the two types of thinking — conceptual and clip thinking, the reasons for the necessity of changing the approaches to training of people with new type of thinking.

Keywords: clip culture, conceptual thinking, modern man, factors, methods, students, teachers, efficiency.

© Ягудина И. А., 2020

Байкальский государственный университет, г. Иркутск

Данная статья выделяет ряд факторов, особенно повлиявших на курс китайского юаня за последние 5 лет. Задачами исследования стали проведение анализа динамики курсов юань-доллар, юань-евро, евро-доллар за 2015–2020гг. для выявления взаимосвязи между ними и характера колебаний валютного курса национальной валюты КНР, определение степени подвижности курса при появлении внешних факторов, выявление наиболее значимых событий для курса юаня.

Ключевые слова: валютный курс, юань, доллар, евро, Китай, КНР, кризис

Глядя на последние события в Китае и в мире, наступление кризиса во многих отраслях экономики очевидно, как происходящее повлияет на котировки валют, эксперты пока могут только предполагать.

Но Китай поражает своей собранностью, ведь не смотря на весьма тяжелое положение, прекращение большинства поставок и падения туризма, КНР не допускает падения юаня и держит его курс на достаточном уровне. Интересно, как курс юаня

реагировал на кризисы и экономические удары со стороны США.

Для проведения анализа динамики курса юаня и наглядности его изменений автором этой статьи были составлены гистограммы изменений курса юаня относительно доллара США и евро за последние 5 лет (с 1 апреля 2015 года по 1 апреля 2020 года). На рис.1 и рис.2 представлена не только динамика курса юаня, но и динамика изменений, что позволяет более точно определить факторы, оказывающие влияние на юань.



Рис. 1. Динамика курса доллар-юань составлено по данным портала investing.com



Рис. 2. Динамика изменений курса евро-юань составлено по данным портала investing.com

Одним из крупных экономических событий 2015 года для Китая является создание Азиатского банка инфраструктурных инвестиций (АБИИ). Базовый документ о его формировании был подписан 29 июня. Исполнительный совет МВФ 30 ноября включил китайскую национальную валюту наравне с долларом США, евро, японской иеной и британским фунтом в корзину резервных валют (Special drawing rights, специальных прав заимствований, SDR). Но это решение вступило в силу 1 октября 2016 года.

«Решение исполнительного совета о включении юаня в корзину SDR — важная веха в процессе интеграции китайской экономики в глобальную финансовую систему. Оно также отражает признание того, что власти страны сделали за последние годы для реформирования монетарной и финансовых систем Китая», — заявила тогда директор-распорядитель МВФ Кристин Лагард.

Также в октябре 2015 была официально запущена Международная платежная система Китая (CIPS), что дало возможность проводить платежи в юанях по всему миру. Запуск этой системы укрепил юань и спровоцировал рост курса юаня к доллару и евро.

Но общее снижение курса юаня за 2015 год было вызвано обвалом фондового рынка Китая. Из-за активной распродажи акций под конец торгов фондовый рынок страны зафиксировано падение индексов на 8,5%. Это и вызвало падение котировок на товарных рынках всего мира. Это одна из самых крупных девальваций юаня (снижение на 4,8% относительно евро и 1,2% по отношению к доллару). Некоторые аналитики предполагали, что спровоцировать обвал могли игроки, ожидавшие повышения ключевой учетной ставки Федеральной резервной системы (ФРС) США.

По данным приведенных графиков можно заметить, что курс в 2016 году был в целом стабильным, не имел резких падений, но и резких подъемов также не произошло.

В 2017 году курс юаня с каждым месяцем укреплялся все больше и больше. В январе и в конечном итоге вырос на 5,8% по отношению к доллару. Однако именно в 2017 году начала зарождаться торговая война между Китаем и США. Сначала тарифы на ввоз солнечных батарей и стиральных машин подняли США, потом в марте появилась информация о расследовании кражи интеллектуальной собственности Китаем — Трамп поручил подготовить новый список пошлин и обдумать ограничения для китайских инвесторов.

В 2018 году Китай ответил — повысил пошлины на 1300 наименований товаров из США. Взаимное увеличение пошлин продолжалось до конца лета, а 23 августа Китай подал иск в ВТО против Америки. В то же время вице-президент США во время своего выступления жестко раскритиковал политику Китая, и даже обвинил его во вмешательстве во внутренние дела Америки. Но правительство КНР приняло решение не вступать в конфронтацию. Внутри Китая тоже не все было спокойно, так как начался байкшеринговый кризис. Общественные велосипеды, которые были предназначены для тех, кто зарегистрировался в системе и заплатил залог в 99 или 199 юаней, заполнили улицы китайских городов. Однако в 2018 году компании столкнулись со множеством проблем. Велосипеды воровали, разбирали на части, или оставляли в не предназначенных для остановки местах, мешая водителям и пешеходам, они ломались, а на их починку требовались больше траты, чем на новый, поэтому их просто отвозили на свалки за город, которые приобретали пугающие масштабы. Из-за этих и еще ряда препятствующих развитию факторов курс юаня продолжал падать на протяжении всего года.

Август 2019 ознаменовался снижением Народным банком КНР курса юаня до 6,9996 юаня за доллар, это минимальная отметка валютной пары с 15 мая 2008 года. Действия регулятора происходили из-за объявления США о новых ввозных пошлинах на китайские поставки. По

мнению экспертов, намеренное снижение курса юаня помогло частично снизить потери китайских экспортеров. По графикам видно, что к концу 2019 года курс национальной валюты Китая начал укрепляться. Но уже в феврале 2020 года вспышка коронавируса сильно ударила по экономике КНР. Курс упал до 6,93. Убытки, которые понесла вторая экономика мира, уже в первом квартале 2020 года составили почти 1 триллион юаней или 143,1

миллиарда долларов. Это эквивалентно почти 1 % ВВП Китая. По словам научного сотрудника аналитического центра «Тайхэ» Чжана Цзяжуй, больше остальных почувствовали удар сфера общественного питания, туризм и розничные продажи. Курс юаня по отношению к доллару на фоне этого события незначительно снизился, а по отношению к евро почти не изменился и является стабильным.



Рис. 3. Динамика изменений курса евро-доллар составлено по данным портала investing.com

Используя данные изменений курса евро-доллар за тот же период с апреля 2015 по апрель 2020 года, можно определить коэффициент корреляции, который показывает являются ли колебания курса юаня рыночными или искусственными.

Коэффициент корреляции между изменениями курсов доллар-юань и евро-доллар равен 0,99564, а между изменениями курсов евро-юань и евро доллар 0,99825. Так как коэффициенты корреляции очень близки к 1, можно сделать вывод, что изменения курса юаня является естественными колебания курса и искусственно не занижается.

Проанализировав динамику изменений курса китайского юаня можно сказать, что национальная валюта КНР достаточно подвижно реагирует на изменения мировой экономики, но при этом и внутренними силами меняет курс в критических ситуациях, чтобы избежать падения национальной экономики. Основными факторами, влияющими на курс юаня являются действия самого правительства Китая, в том числе с целью управляемой девальвации китайской валюты; постоянно меняющийся темп развития экономики КНР; новые или дополнительные таможенные пошлины США на китайский импорт; повышенный интерес к юаням со стороны России, Японии, ЕС, и непосредственно развитие торговых отношений с этими странами, также сюда можно отнести и рецессию мировой экономики. ■

1. Перспективы китайской валюты: что влияет на курс юаня к доллару. [Электронный ресурс] – Money 24.– Электрон. дан. – URL: <https://money24.vn.ua/perspektivy->

kitajskoj-valyuty-что-vliyaet-na-kurs-yuanya-k-dollaru (Дата обращения: 19.04.2020).

2. USD/CNY - Доллар США Китайский юань. [Электронный ресурс] – ru.investing.com.– Электрон. дан. – URL: <https://ru.investing.com/currencies/> (Дата обращения: 19.04.2020)

3. Экономическая политика КНР в 2018 году. [Электронный ресурс] Информационное агентство News front – Электрон. дан. – URL: <https://news-front.info/2018/01/03/ekonomicheskaya-politika-knr-v-2018-godu/> (Дата обращения: 19.04.2020)

4. Экономика Китая. [Электронный ресурс].– Русское Агентство Новостей. Информационное агентство Русского Общественного Движения «Возрождение. Золотой Век».– Электрон. дан. – URL: <http://новости-мира.ru-an.info/экономика-китая/> (дата обращения: 19.04.2020)

5. Нестабильная стабильность: экономические итоги Китая в 2016 году. [Электронный ресурс] – Война и мир.– Электрон. дан. – URL: <https://www.warandpeace.ru/ru/analysis/view/118970/> (Дата обращения: 19.04.2020)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

USD/CNY - Доллар США Китайский юань. [Электронный ресурс] – ru.investing.com.– Электрон. дан. – URL: <https://ru.investing.com/currencies/> (Дата обращения: 19.04.2020)

Нестабильная стабильность: экономические итоги Китая в 2016 году. [Электронный ресурс] – Война и мир.– Электрон. дан. – URL: <https://www.warandpeace.ru/ru/analysis/view/118970/> (Дата обращения: 19.04.2020)

Перспективы китайской валюты: что влияет на курс юаня к доллару. [Электронный ресурс] – Money

24.– Электрон. дан. – URL: <https://money24.vn.ua/perspektivy-kitajskoj-valyuty-chto-vliyaet-na-kurs-yuanyu-k-dollaru> (Дата обращения: 19.04.2020).

Экономика Китая. [Электронный ресурс].– Русское Агентство Новостей. Информационное агентство Русского Общественного Движения «Возрождение. Золотой Век».– Электрон. дан. – URL: <http://новости-мира.ru-an.info/экономика-китая/> (дата обращения: 19.04.2020)

Экономическая политика КНР в 2018 году. [Электронный ресурс] Информационное агентство News front – Электрон. дан. – URL: <https://news-front.info/2018/01/03/ekonomicheskaya-politika-knr-v-2018-godu/> (Дата обращения: 19.04.2020)

Analysis of the impact of external and internal events on the dynamics of the yuan exchange rate

© **Iagudina I., 2020**

This article highlights a number of factors that have particularly affected the exchange rate of the Chinese yuan over the past 5 years. Objectives of the study were the analysis of the dynamics of exchange of yuan-dollar, yuan-Euro, Euro-dollar for 2015-2020. to identify the relationship between them and the nature of fluctuations in the exchange rate of the national currency of the PRC, the determination of the degree of mobility of course when the external factors, the identification of the most significant events of the RMB.

Keywords: exchange rate, yuan, dollar, Euro, China, PRC, crisis, RMB

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Алексеев Сергей Юрьевич

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К. Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: alexis_hector@mail.ru

Alekseev Sergey Yurievich

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: alexis_hector@mail.ru

Багдасарян Владимир Григорьевич

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: bgdssar@gmail.com

Bagdasaryan Vladimir Grigorievich

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: bgdssar@gmail.com

Богатырева Иман Имрановна

студент, Иркутский государственный медицинский университет

664003, г. Иркутск, ул. Красного Восстания 1, тел.: 8-914-903-24-66

e-mail: Iman.Bogatyreva.99@mail.ru

Bogatyreva Iman Imranovna

student, Irkutsk State Medical University

1, Krasnogo vosstania str., Irkutsk, 664003, phone: 8-914-903-24-66

e-mail: Iman.Bogatyreva.99@mail.ru

Ведерникова Алина Николаевна

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: alya_vedernikova@mail.ru

Vedernikova Alina Nikolaevna

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: alya_vedernikova@mail.ru

Вокина Алина Николаевна

студент, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: alin_vokina@mail.ru

Vokina Alina Nikolaevna

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: alin_vokina@mail.ru

Волкова Марина Гавриловна

ст.преподаватель, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +79148958795

e-mail: mgvolkova@yandex.ru

Volkova Marina Gavrilovna

ass/professor, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +79148958795

e-mail: mgvolkova@yandex.ru

Гимельштейн Евгения Александровна

студент, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: euggim68@gmail.com

Gimelstein Evgenia Alexandrovna

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: euggim68@gmail.com

Грошева Екатерина Константиновна

студент, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: daswerox@gmail.com

Grosheva Ekaterina Konstantinovna

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: daswerox@gmail.com

Грошева Надежда Борисовна

д. э. н., декан Сибирско-американского факультета менеджмента, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. Карла-Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: nadusha_i@mail.ru

Grosheva Nadezhda Borisovna

Full professor, Baikal International Business School, Siberian-American School of Management Irkutsk State University, Dean

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: nadusha_i@mail.ru

Гуджеджиани Елена Георгиевна

студент, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: elenka05010@mail.ru

Gudzhedzhiani Elena Georgievna

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: elenka05010@mail.ru

Дятлов Севастьян Павлович

студент, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: sdyatlovvv@gmail.com

Dyatlov Sevastian Pavlovich

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: sdyatlovvv@gmail.com

Еремий Алина Александровна

студент, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: alinaeremiy@rambler.ru

Eremiy Alina Alexandrovna

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: alinaeremiy@rambler.ru

Карелин Игорь Геннадьевич

Мастер по ремонту оборудования 2 группы, ИАЗ-филиал ПАО «Корпорация «Иркут» 664020, г. Иркутск, ул. Новаторов, д.3, тел.: +7 9242943234

e-mail: igorkarelin2016@yandex.ru

Karelin Igor Gennadievich

Master of equipment repair of group 2, IAZ, PAO «Korporazia Irkut»

3, Novatorov str., Irkutsk, 664020, phone: +7 9242943234

e-mail: igorkarelin2016@yandex.ru

Касьянова Александра Дмитриевна

студент, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: alexa-5454@mail.ru

Kasianova Alexandra Dmitrievna

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: alexa-5454@mail.ru

Кирилина Ольга Николаевна

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К. Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: olga_kulakova91@mail.ru

Kirilina Olga Nikolaevna

MS student, Baikal International Business School
Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30

e-mail: olga_kulakova91@mail.ru

Коростелева Александра Алексеевна

студент, Институт филологии, иностранных языков
и медиакоммуникации, ФГБОУ ВО «Иркутский
государственный университет»

664025, г. Иркутск, ул. Ленина, 8, тел. +7 9996 41-
90-71

e-mail: korosteliowa1@yandex.ru

Korosteleva Alexandra Alekseevna

Student, Institute of Philology, Foreign Languages and
Media Communication Irkutsk State University

8, Lenin str., Irkutsk, Russia, 664025, phone +7 9996
41-90-71

e-mail: korosteliowa1@yandex.ru

Муратов Артур Игоревич

студент, ФГБОУ ВО «Иркутский государственный
университет»

664082, г. Иркутск, ул. Улан-Баторская, 10, тел. +7
3952 24-34-16

e-mail: art.muratoff2016@yandex.ru

Muratov Artur Igorevich

student, Irkutsk State University

10, Ulan-Batorskaia str., Irkutsk, Russia, 664082, phone
+7 3952 24-34-16

e-mail: art.muratoff2016@yandex.ru

Наумов Иван Александрович

студент, Байкальская международная бизнес-школа
(институт), ФГБОУ ВО «Иркутский
государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-
71-30

e-mail: vantyzhenok@mail.ru

Naumov Ivan Alexandrovich

student, Baikal International Business School Irkutsk
State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30

e-mail: vantyzhenok@mail.ru

Наумова Евгения Олеговна

студент, Байкальская международная бизнес-школа
(институт), ФГБОУ ВО «Иркутский
государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-
71-30

e-mail: naumova.hisa@mail.ru

Naumova Eugenia Olegovna

student, Baikal International Business School Irkutsk
State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30

e-mail: naumova.hisa@mail.ru

Поздняков Михаил Петрович

магистрант, Байкальская международная бизнес-
школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский
государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-
71-30

e-mail: pozdnyakovmp@ya.ru

Pozdniakov Mikhail Petrovich

MS student, Baikal International Business School
Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30

e-mail: pozdnyakovmp@ya.ru

Рошин Никита Сергеевич

студент, ФГОБУ ВО Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации

125167, г. Москва, Ленинградский пр-т., 49, тел: 8
(499) 922-34-49

e-mail: roshchin1999@mail.ru

Roshin Nikita Sergeevich

Student, FGIBU VO Financial University under the
Government of the Russian Federation

49, Leningradski pr., Moscow, 125167, phone: 8 (499)
922-34-49

e-mail: roshchin1999@mail.ru

Самолова Анастасия Станиславовна

магистрант, Байкальская международная бизнес-
школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский
государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-
71-30

e-mail: anastasia.sml@mail.ru

Samoilova Anastasiia Stanislavovna

MS student, Baikal International Business School
Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30

e-mail: anastasia.sml@mail.ru

Сафронова Светлана Викторовна

старший преподаватель, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»
664003, г. Иркутск, ул. К. Маркса, 1, тел. +7 3952 24-19-02

e-mail: margo@buk.irk.ru

Safronova Svetlana Viktorovna

Ass.professor, Baikal International Business School
Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 24-19-02

e-mail: margo@buk.irk.ru

Соболь Алексей Иванович

президент,
664003, г. Иркутск, ул. Сухэ-Батора 16, тел: 8-914-895-25-26

e-mail: sobol.aleksey@icloud.com

Sobol Aleksey Ivanovich

president, Chamber of Commerce and Industry of
Eastern Siberia

16, Sukhe-Batora, Irkutsk, 664003, phone: 8-914-895-25-26

e-mail: sobol.aleksey@icloud.com

Сольский Борис Викторович

доцент, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К. Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: bsolsky@yandex.ru

Solskii Boris Viktorovich

PhD, Baikal International Business School Irkutsk State
University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: bsolsky@yandex.ru

Тацишина Евгения Сергеевна

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К. Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: gein-july@yandex.ru

Tatsishina Evgenia Sergeevna

MS student, Baikal International Business School
Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: gein-july@yandex.ru

Устюжин Илья Геннадьевич

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К. Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: illundry@gmail.com

Ustiuzhin Iliа Gennadievich

MS student, Baikal International Business School
Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: illundry@gmail.com

Фирсова Надежда Владимировна

студент, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: firsova.99@mail.ru

Firsova Nadezhda Vladimirovna

student, Baikal International Business School Irkutsk
State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: firsova.99@mail.ru

Фроленок Владимир Владимирович

студент, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. Карла-Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: frolenok99@mail.ru

Frolenok Vladimir Vladimirovich

student, Baikal International Business School Irkutsk
State University

1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: frolenok99@mail.ru

Хайхадаева Октябрина Дмитриевна

профессор, доктор наук, Бурятский государственный университет

670000, г. Улан-Удэ, ул.Смолина 24 тел.:8-908-596-0587

e-mail: okhaikh@mail.ru

Khaikhadaeva Oktiabrina Dmitrievna

Full professor, Buryat State University,

24, Smolina str., Ulan-Ude, 670000. Phone: 8-908-596-0587

e-mail: okhaikh@mail.ru

Хун Вэй

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К. Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: khunkolya@yandex.ru

Khun Vey

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: khunkolya@yandex.ru

Царевская Ольга Александровна

студент, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: olga.tsarevskaya14@mail.ru

Tsarevskaya Olga Alexandrovna

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: olga.tsarevskaya14@mail.ru

Чебунин Леонид Эдуардович

Начальник технологического бюро, ИАЗ-филиал ПАО «Корпорация «Иркут»

664020, г. Иркутск, ул. Новаторов, д.3, тел.:+7 9647551353

e-mail: Leonidchebunin@bk.ru

Chebunin Leonid Eduardovich

Chief of department technic, IAZ, PAO «Korporazia Irkut»

3, Novatorov str., Irkutsk, 664020, phone: +7 9647551353

e-mail: Leonidchebunin@bk.ru

Чекрыгин Михаил Александрович

студент, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. Карла-Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: ma.chekrygin@gmail.com

Chekrygin Mikhail Aleksandrovich

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: ma.chekrygin@gmail.com

Чуприна Артём Дмитриевич

студент, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: adchuprina@mail.ru

Chuprina Artem Dmitrievich

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: adchuprina@mail.ru

Юдалевич Наталья Владимировна

старший преподаватель, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. Карла-Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: wild_teacher@mail.ru

Iudalevich Natalia Vladimirovna

ass.professor, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

E-mail: wild_teacher@mail.ru

Ягудина Ирина Алексеевна

студент, Байкальский государственный университет 664003, г. Иркутск, ул. Ленина 11, тел.: +79149349569

e-mail: bliss-proud@yandex.ru

Iagudina Irina Alexeevna

student, Baikal State University

11, Lenina str., Irkutsk, Russia, 664003, phone: +79149349569

e-mail: bliss-proud@yandex.ru