

ФГБОУ ВПО «Иркутский государственный университет»  
Байкальская международная бизнес-школа

ISSN 2412-5318

международный научный электронный журнал



# Бизнес-образование в экономике знаний

экономика знаний  
корпоративные финансы  
управление персоналом  
управление качеством  
ит в управлении  
теория и практика маркетинга  
технологии обучения  
инновации в области образования

апрель 2021 **N2[19]**

## Содержание

|   |    |
|---|----|
| Айдынов Р. Э., Новичкова И. В., Чувашова А. С. <b>Определение ключевых компетенций для подбора команды стартап-проекта</b> .....                                      | 5  |
| Баймачева Т. Е., Балашов Н. А., Грошева Е. К. <b>Соответствие компаний строительной отрасли Иркутской области принципам бирюзовости</b> .....                         | 7  |
| Барышников С. О., Иваник Е. Д., Чашина Д. О. <b>Новые модели продвижения продукта в условиях новой экономики</b> .....  | 9  |
| Барышников С. О., Новичкова И. В., Чувашова А. С. <b>Способы финансирования бизнес-проектов и старатпов в бизнес-зонах аэропорта</b> .....                            | 12 |
| Богданович И. О., Болтенков И. А., Грошева Н. Б. <b>Внутренние инвестиции в общественную инфраструктуру в условиях сокращения прямых иностранных инвестиций</b> ..... | 15 |
| Бойко В. В., Курин В. Ю. <b>Анализ состояния банковской отрасли РФ</b> .....  | 20 |
| Бойко В. В., Курин В. Ю. <b>Разновидности и формы кредитования в России</b> .....   | 23 |
| Болтенков И. А., Грошева Н. Б., Чанчиков А. А. <b>Краудсорсинг как механизм управления общественно-значимыми проектами</b> .....                                      | 25 |
| Гимельштейн Е. А., Годван Д. Ф. <b>Цифровые валюты центральных банков: преимущества и риски</b> .....   | 27 |
| Гимельштейн Е. А., Годван Д. Ф., Стецкая Д. В. <b>Система мотивации на примере компании EASY SCHOOL</b> .....   | 29 |
| Грошева Е. К., Начаркин М. А., Чуприна А. Д. <b>Современные тренды в управлении проектами</b> .....   | 30 |
| Грошева Е. К., Начаркин М. А., Чуприна А. Д. <b>Этапы развития проектного управления в мире и в России</b> .....  | 32 |
| Грошева Е. К., Грошева Н. Б., Салтыкова Ю. А. <b>О формировании фундаментальной науки: от научного поиска до мирового признания на примере Нобелевского премии</b> .  | 35 |
| Дикунов И. Э. <b>Методы учета и оптимизации затрат на предприятии</b> .....   | 39 |
| Дикунов И. Э. <b>Тенденции развития горнодобывающей промышленности в России</b> .....   | 42 |
| Домышева С. А., Копылова Н. В. <b>Дидактические приемы развития навыков компрессии текста у студентов-менеджеров</b> .....  | 44 |
| Дроздова С. И., Кругляк В. А. <b>Применение процессного подхода при внедрении систем менеджмента качества в медицинской сфере</b> .....                               | 50 |
| Дроздова С. И., Кругляк В. А. <b>основная концепция и современные принципы ведения бухгалтерского учета в Российской Федерации</b> .....                              | 54 |
| Дятлов С. П. <b>Анализ проблемы справедливости распределения мирового богатства между странами</b> .....  | 56 |
| Зуева З. В. <b>Зарубежный и отечественный опыт внедрения геймификации в систему управления персоналом современных компаний</b> .....                                  | 59 |
| Зуева З. В., Катровский Ю. А. <b>Использование цифровых технологий в управлении персоналом</b> .....  | 64 |

|  |     |
|--|-----|
| Иваник Е. Д. <b>Влияние социальных сетей на фондовые рынки</b> .....   | 68  |
| Иваник Е. Д., Катровский Ю. А., Чащина Д. О. <b>Влияние социальных сетей на репутацию компаний</b> .....                       | 71  |
| Леонтьева А. П., Тапхарова О. А. <b>Отличия контекстной рекламы от поведенческой и поисковой</b> .....                         | 76  |
| Леонтьева А. П. <b>Применение социальных сетей в коммерческих проектах</b> .....   | 79  |
| Маликова А. А. <b>Тренды современного менеджмента</b> .....  | 82  |
| Маликова А. А. <b>Тайм-менеджмент как инструмент повышения эффективности работы менеджера</b> .....                            | 86  |
| Наумов И. А. <b>Построение экономических моделей в видеоиграх с точки зрения потребителя</b> .....                             | 89  |
| Новичкова И. В. <b>Новая экономическая модель взаимных инвестиций в условиях кризиса</b> .....                                 | 93  |
| Панцевич Д. А., Шагиахметова Е. А. <b>От менеджмента качества к качеству жизни</b> .....                                       | 96  |
| Салаев С. Т. <b>Взаимосвязь бизнеса, инновационного развития и цифровой экономики</b><br>100                                   |     |
| Сидоренко Р. А. <b>Модель бюджетного планирования и оценка эффективности модели</b> .103                                       |     |
| Сольский Б. В. <b>Моделирование откликов рынка продаж с фактором случайности для деловой игры</b> .....                        | 105 |
| Тапхарова О. А. <b>Техники поисковой оптимизации (SEO) для повышения видимости веб-сайта в поисковых системах</b> .....        | 108 |
| Филатов К. В. <b>Влияние цены стройматериалов на себестоимость строительства в современных условиях</b> .....                  | 111 |
| Khaykhadaeva O.D. <b>Sustainability of urban transportation: key components</b> .....  | 113 |
| Царевская О. А., Юдалевич Н. В. <b>Готовность к онлайн-обучению в условиях карантина на примере БМБШ ИГУ: итоги года</b> ..... | 119 |
| <b>Сведения об авторах</b> .....   | 125 |

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](mailto: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+

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ДЛЯ ПОДБОРА КОМАНДЫ СТАРТАП-ПРОЕКТА

© Айдынов Р. Э., Новичкова И. В., Чувашова А. С., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В современной экономике особую роль играет высокие темпы развития экономики страны, быстро и успешно данную задачу можно выполнить за счет реализации стартап-проектов. Эффективное управление таким проектом возможно при грамотно подобранной команде профессионалов. В данной статье описаны способы выявления ключевых компетенций для команды инновационного проекта.

*Ключевые слова:* стартап-проект, подбор команды, компетенции, инновации

Как выделял Карл Маркс, экономика любой страны всегда состояла из трёх основных факторов производства: земля, труд и капитал. Уровень и темпы развития страны зависят от эффективного управления данными активами.

Сырьевые страны зачастую, фокусируясь на тех ресурсах, которые они уже успешно экспортируют, не уделяют достаточного внимания развитию человеческого капитала, ведя конкурентную борьбу на мировом рынке только материальными активами. Крупные компании играют настолько значительную роль в формировании бюджета государства, что упускается из виду малый и микро-бизнес, работа с предпринимателями. Так на примере России мы видим, следующую ситуацию, иллюстрированную в таблице 1. В таком сценарии функционирования системы экономика создаёт крайне мало добавочной стоимости.

Мировые тренды и развитие технологий привносят изменения в устоявшиеся правила игры: для того, чтобы быть конкурентоспособным недостаточно перепродавать сырьё за рубеж, важно вести передовые разработки в области искусственного интеллекта, биотехнологий, альтернативных источников энергии. Успеха ни в одной этой области не добиться без знаний и опыта специалистов, которые есть в стране. В лидеры по экономическим показателям и темпам роста выходят страны с высоким уровнем образования, сообщества предпринимателей, в сотрудниках ценится гибкость ума, разносторонность, многозадачность, желание развиваться. Именно из таких стран зачастую нанимают топ-менеджмент для управления сырьевыми гигантами.

Таблица 1. Сильные и слабые стороны структуры капитала сырьевых стран (составлено авторами)

| Природные ресурсы  | Предпринимательство   | Люди   |
|--|---|--|
| +  | -   | -  |
| Успешный экспорт природных ресурсов, в том числе нефть, газ, драгоценные металлы, лес.<br>Зависимость от мировых цен на сырьё. | Большое влияние гос. корпораций, коррупция, средний уровень налоговой нагрузки, однако большая доля теневой экономики, устаревшие производственные мощности, торговля с высокой маржой. | Низкий уровень зарплат, уровень жизни средний, практически нет средств для инвестирования. |

Инновационное развитие страны поможет стать лидерами мирового рынка, получить достаточный уровень влияния, повысит уровень жизни граждан. Наиболее эффективно в таких случаях работают стартап-проекты, которые требуют активное участие небольшой группы профессионалов и сравнительно низкий уровень первоначального финансирования [3]. Однако в проектной деятельности важны не только навыки эксперта и достаточный уровень знаний, для успешной реализации стартап-проекта важно быть частью команды, подходить по компетенциям и работать как единый слаженный механизм, поэтому выделим ключевые моменты при формировании команды.

Для определения того, какие компетенции необходимы вовлеченным в развитие и продвижение стартапов специалистам, необходимо

проделать комплексную работу по анализу компетентных потребностей проекта в перечне имеющихся внутри него механизмов на различных этапах проекта. Это важно, потому что четкое понимание имеющихся в команде компетенций позволяет их фиксировать, обеспечивать их ротацию и закреплять их за рабочей группой, что имеет важное значение при привлечении инвесторов, для которых навыки людей будут играть ту же роль, что и техническая составляющая проектов, их структура и принцип взаимодействия с внешним миром. Содержимым проекта является его способность обработать входящие запросы, которые на выходе имеют принципиально иную ценность. Ориентируясь по цепочке, через которую первоначальный запрос проходит, и осознавая, в каком виде данные поступят в начале каждого из

этапов и в каком виде они окажутся в итоге, ответственный за подбор персонала для реализации стартапа и должен строить стратегию для его подбора.

Вероятность проекта пройти успешно путь от зарождения идеи и его реализации сильно зависит от того, какие риски были командой предугаданы и с какими из них удалось справиться, если непредвиденные события все же произошли [1]. Например, при неполучении кредита или денег от инвестора, когда приток денег был запланирован и согласован, необходимо искать альтернативные источники — будь то кредит в другом банке или же другой инвестор. Для преодоления данной проблемы необходимо будет проанализировать доступные альтернативы по ряду критериев, от вероятности положительного ответа до выгоды условий, затем собрать необходимую документацию с доказательствами того, что проект имеет потенциал, и, конечно же, договориться.

Принципиальную важность будут на данном этапе иметь коммуникативные навыки, умение анализировать и систематизировать данные, а также оформлять их в «удобоваримую» форму. Если же произойдет такое, что даст сбой программное обеспечение, которое отвечало за внутреннюю и внешнюю коммуникацию и хранение внутренних данных, устранение проблемы будет возложено на технических специалистов, которые в ее решении будут нуждаться в первую очередь в понимании того, как система была выстроена изнутри с самого начала и какой конкретно элемент нуждается в манипуляции. Несмотря на то, что в своем комплексе любой проект нуждается в перечне разнородных навыков и умений, узконаправленные риски будут требовать здесь и сейчас наличия лишь небольшого процента от них [2].

Если оценивать проект комплексно, всегда можно проследить зависимость между разными компетенциями на различных этапах, даже если на первый взгляд они не имеют друг к другу отношения. Любой задействованный навык помогает расти проекту. Идея, определение механизма для реализации, финансовое планирование, практическая реализация, интеграция во внешнюю среду, умение представлять и продавать и т.д.

Несмотря на принципиальные различия в упомянутых задачах, исполнение каждой из них требует определенного набора навыков, которые в своей совокупности будут использованы для одной единственной цели — создать проект и достичь поставленной глобальной цели. К примеру, если люди, имеющие возможность привлекать инвестиции за счет своих компетенций в бизнес-девелопменте и социальных связей, вовлечены в команду, им даже не обязательно быть глубоко осведомленными во всех тонкостях функционирования проекта, им достаточно решать проблему с привлечением инвестиций, благодаря чему остальные члены команды смогут более

качественно заниматься лишь возложенными на них обязательствами.

Одной из наиболее острых проблем является подбор людей с необходимыми компетенциями в команду. Даже имея условно 9 из 10 от необходимого количества людей, отсутствие лишь 1 может быть фатальным. Когда встает вопрос, как поступить при отсутствии возможности укомплектовать команду на 100 %, можно воспользоваться одним из следующих решений. Решение первое — поставить проект на паузу, чтобы доработать недостающую компетенцию в себе. Количество времени на это сильно зависит от рода компетенций и необходимых знаний [1]. Решение второе — пригласить ко-фаундера, который собой и своими навыками закроет пробел. В данном случае даже не обязательно, чтобы человек был вовлечен в дело очень сильно, достаточно того, чтобы он мог выполнять тот узкий функционал, являлся частью команды и имел личную заинтересованность в успешности проекта. Решение третье — работать с имеющимися компетенциями или нанять человека со стороны. Все решения имеют свои риски, положительные и отрицательные стороны, но важно понимать, что осознание проблемы само по себе является большим плюсом в сравнении с ее игнорированием [4].

Комплексная работа в рамках стартапа сможет функционировать стабильно исключительно при условии, что будет систематизирована, а все ресурсы, включая человеческие, будут распределены грамотно. Создание стартапа принципиально от отличается от управления стандартным бизнесом, потому что еще нет системы, которая сопротивляется, и вместе с тем эту систему нужно придумать [3]. Идея стартапа и методы управления им являются следствием ментальных особенностей, жизненного опыта и ценностей команды, а не просто холодного расчета. При реализации стартапа необходимо продумать структуру стартапа концептуально, с осознанием того, какие входные и выходные данные будут проходить свой путь внутри него, а также с возможностью видоизменять первоначальный концепт, гарантируя стартапу гибкость и лучшую выживаемость на первоначальных самых неопределенных этапах своего становления.

Таким образом, при формировании команды нового стартап-проекта важно качественно подойти к подбору участников проекта для успешной реализации проекта на всех стадиях его жизненного цикла. Важно учитывать как профессиональные знания и опыт, так и soft-skills (мягкие навыки) для комфорта и эффективной работы всей команды. Выстраивая модель компетенций, нужно начать с описания всех сфер, которые охватывает реализация проекта, прописать ключевые навыки команды проекта, а далее подбирать людей по совокупности навыков и качеств, ища в новых сотрудниках недостающие звенья. На каждом новом этапе жизненного цикла, после пересмотре необходимых



компетенций, допускается обновление части команды под новые задачи. Необходимо помнить, что финансирование стартапа в том числе зачастую зависит от состава людей, вовлеченных в проект. В данном случае также сначала составляется единый портрет будущей команды, а потом подбираются участники.

Исследование проведено при финансовой поддержке гранта Иркутского государственного университета для молодых ученых № 091-20-323 «Новая экономическая модель взаимных инвестиций в условиях кризиса». ■

---

1. Кириллова Э. Чем успешный стартап отличается от неуспешного? // Сетевое издание RB.RU: свободный портал - Электрон. дан. [Б.м.] - URL: <https://rb.ru/news/isleodovanie-rustartup/> (Дата обращения: 28.03.2121)

2. Ланцман Е. Н. Проектные риски: анализ, способы преодоления // научная электронная библиотека «киберленинка»: свободный портал - Электрон. дан. [Б.м.] - URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/proektnye-riski-analiz-sposoby-preodoleniya> (Дата обращения: 28.03.2021)

3. Турчен Д.Н. Проектная деятельность как один из методических приемов формирования универсальных учебных действий // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ»: свободный портал - Электрон. дан. [Б.м.] - URL: <https://naukovedenie.ru/PDF/165PVN613.pdf> (Дата обращения: 28.03.2021)

4. Кабирова П. Риски проекта и все, что нужно о них знать // ELMA - BPM: свободный портал - Электрон. дан. [Б.м.] - URL: <https://www.elma-bpm.ru/journal/riski-proekta-i-vse-cto-nuzhno-o-nih-znat/> (Дата обращения: 28.03.2021)

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Кабирова П. Риски проекта и все, что нужно о них знать // ELMA - BPM: свободный портал -

Электрон. дан. [Б.м.] - URL: <https://www.elma-bpm.ru/journal/riski-proekta-i-vse-cto-nuzhno-o-nih-znat/> (Дата обращения: 28.03.2021)

Кириллова Э. Чем успешный стартап отличается от неуспешного? // Сетевое издание RB.RU: свободный портал - Электрон. дан. [Б.м.] - URL: <https://rb.ru/news/isleodovanie-rustartup/> (Дата обращения: 28.03.2121)

Ланцман Е. Н. Проектные риски: анализ, способы преодоления // научная электронная библиотека «киберленинка»: свободный портал - Электрон. дан. [Б.м.] - URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/proektnye-riski-analiz-sposoby-preodoleniya> (Дата обращения: 28.03.2021)

Турчен Д.Н. Проектная деятельность как один из методических приемов формирования универсальных учебных действий // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ»: свободный портал - Электрон. дан. [Б.м.] - URL: <https://naukovedenie.ru/PDF/165PVN613.pdf> (Дата обращения: 28.03.2021)

---

#### Identification of key competencies for selecting a startup project team

© Aydinov R, Novichkova I., Chuvashova A., 2021

In the modern economy, a special role is played by the high rates of development of the country's economy; this task can be completed quickly and successfully through the implementation of start-up projects. Effective management of such a project is possible with a competently selected team of professionals. This article describes how to identify key competencies for an innovative project team.

*Keywords:* start-up project, team selecting, key competences, innovations

---

УДК 658

## СООТВЕТСТВИЕ КОМПАНИЙ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ ПРИНЦИПАМ БИРЮЗОВОСТИ

© Баймачева Т. Е., Балашов Н. А., Грошева Е. К., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье рассматриваются причины, которые привели к появлению бирюзовых организаций (а именно, запросы со стороны общества и самих сотрудников к изменениям), а также основные характеристики самих бирюзовых организаций и их сотрудников: большая самостоятельность сотрудников, повышение уровня ответственности, смещение фокуса мотивации: с денежной мотивация переходит в нематериальную область. Кроме того, в статье приводятся результаты исследования в строительной отрасли на предмет соответствия организаций стандартам бирюзовых организаций (анализ проводился по 6 блокам: лидерство, командный подход, коммуникации и конфликты, самоорганизация, мотивация, стратегия развития).

*Ключевые слова:* исследование, бирюзовые организации, строительство

**В** настоящее время традиционные методы управления становятся неадекватны тем условиям, в которых работают предприятия (например, сейчас наблюдается общий переход к «зеленой» экономике — экономике, которая

направлена на закрытие экологического долга перед новыми поколениями [1]). Более того, традиционно управляемые компании обычно говорят о так называемом методе «кнута и пряника», то есть о

системе вознаграждения, основанной на бонусах и комиссионных).

Со стороны компаний был запрос к развитию, запрос к «осознанным» действиям, что привело к появлению новой модели управления — модели бирюзовой организации. Этот цвет относится к номенклатуре, используемой в интегральной теории американского социолога Кена Уилбера; он связан с теорией удовлетворения потребностей. В этом стиле управления нет иерархии власти. Более того, команды внутри компании могут принимать полностью самостоятельные решения (каждый может принять любое решение, а также реализовать его; у каждого сотрудника есть право вето).

Сотрудники в бирюзовых компаниях характеризуются следующим образом [2]:

- их мировоззрение открыто, терпимо и ожидает от мира, включая компанию, партнерство и баланс между работой и личной жизнью;
- они хотят работать, чтобы развиваться и заниматься своими увлечениями. Они хотят быть гибкими, преодолевать разные проблемы;
- для них важны не деньги, а самореализация, честность, подлинность.

Такое изменение сотрудников невозможно без изменения самих компаний — бирюзовые компании также должны обладать рядом особенностей, а именно [3]:

- у компании есть эволюционная цель — цель, которая важнее компании, и которая направлена на общее благо;
- целостность — бирюзовые компании воспринимают сотрудников не просто как «бизнес-единицу», а как комплексных личностей со своими потребностями;
- самоуправление — бирюзовые сотрудники дают сотрудникам возможность реализовывать свои проекты.

С целью выявления степени «бирюзовости» компаний строительной отрасли было проведено исследование «Компания мечты», которое в свою основу положило принципы бирюзовых организаций. Опрос проводился анонимно, в виде бумажной анкеты. Опросник представляет собой 60 вопросов по шести блокам: лидерство, командный подход, мотивация, организация деятельности и дизайн работ, организационные коммуникации и конфликты, стратегия развития. Оценку степени соответствия готовности сотрудников к компании бирюзового типа определялась по шкале от 1 до 10, где «1» — совсем не соответствует идеальной компании, «10» — полное соответствие.

В опросе приняли участие сотрудники 3 компаний, общей численностью в 100 человек из 3 разных сфер, связанных со строительством: само строительство, аренда, продажа строительных материалов.

Рассмотрим общую статистику по отрасли. В отрасли (по результатам исследования) работают 72 % мужчин и 28 % женщин; распределение сотрудников по возрасту выглядит следующим образом: менее 1 % сотрудников в возрасте от 18 до 26, 15 % сотрудников в возрасте от 26 до 30; 72 % сотрудников в возрасте от 31 до 45, и 11 % сотрудников в возрасте от 45 до 55. По признаку полученного образования отрасль выглядит следующим образом: 46% сотрудников имеют среднее полное образование, 15 % имеют среднеспециальное образование, 39 % — высшее законченное образование. Наконец, по «структуре» отрасль классифицируется следующим образом: 57 % — сотрудники производства, 29 % — офисные сотрудники; остальные проценты равномерно распределены среди руководителей, собственников и топ-менеджмента.

Совокупный анализ по всем 60 вопросам по всем 3 компаниям выглядит следующим образом (рис. 1):

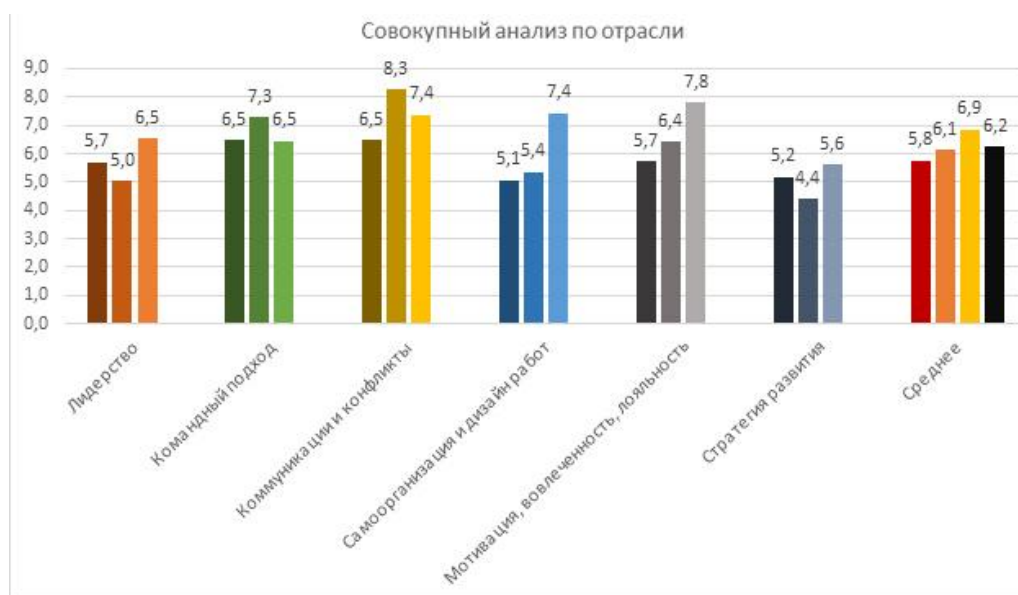


Рис. 1. Совокупный анализ по всем 3 компаниям



Как можно увидеть, средний балл как по компаниям, так и по отрасли, колеблется от 6 до 6,9 баллов; уже одно это позволяет сделать предварительные выводы о том, что отрасль, на текущий момент, не готова принять и поддерживать стандарты бирюзовости.

Если же рассматривать показатели в отдельности, то можно увидеть, что минимальные баллы набрали такие категории, как «лидерство», «самоорганизация», «мотивация», а также «стратегия развития».

Такие показатели объясняются следующим образом: возможности проявления лидерства в строительной отрасли жестко регламентированы: каждый рабочий следует определенному регламенту работ, который не может быть изменен. Блок «самоорганизация» также получил такую оценку из-за того, что существует четкий регламент (и срок выполнения того или иного этапа в строительстве), который не подразумевает ни изменений, ни возможности гибкой работы.

Блоки «мотивация» и «стратегия развития», на самом деле, взаимосвязаны: по результатам исследования у всех компаний нет разработанных систем нематериальных мотиваций, не развиты коммуникации внутри организаций; кроме того, у компаний нет «миссии» и долгосрочной «цели» — компании существуют ради денег, а не ради «счастья для всех» (что вызывает дополнительные проблемы, связанные с мотивацией — сотрудники не понимают, для чего они работают, какова их конечная цель, результат).

Мы предполагаем, что строительная отрасль, на ее текущем периоде развития, не может принять стандарты бирюзовости; однако приблизиться к этим стандартам (а также поднять общий уровень мотивации) через разработку и внедрение социальных целей в свою деятельность. ■

---

1. Понятие и сущность зеленой экономики. – Текст : электронный // Green Economy : [сайт].– URL: <http://greeneconomy.kg/theory/ponyatie-i-sushhnost-zelenoy-ekonomiki/> (Дата обращения: 10.03.2021).

2. Turquoise Management Model -Teal Organizations. – Текст : электронный // ResearchGate : [сайт].– URL: [https://www.researchgate.net/publication/342708110\\_Turquoise\\_Management\\_Model\\_-Teal\\_Organizations](https://www.researchgate.net/publication/342708110_Turquoise_Management_Model_-Teal_Organizations) (Дата обращения: 10.03.2021).

3. Бирюзовые организации: разбираемся в понятиях. – Текст : электронный // VC.ru : [сайт].– URL: <https://vc.ru/future/49613-biryuzovye-organizacii-razbiraemsa-v-ponyatiyah> (Дата обращения: 10.03.2021).

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Turquoise Management Model -Teal Organizations. – Текст : электронный // ResearchGate : [сайт].– URL: [https://www.researchgate.net/publication/342708110\\_Turquoise\\_Management\\_Model\\_-Teal\\_Organizations](https://www.researchgate.net/publication/342708110_Turquoise_Management_Model_-Teal_Organizations) (Дата обращения: 10.03.2021).

Бирюзовые организации: разбираемся в понятиях. – Текст : электронный // VC.ru : [сайт].– URL: <https://vc.ru/future/49613-biryuzovye-organizacii-razbiraemsa-v-ponyatiyah> (Дата обращения: 10.03.2021).

Понятие и сущность зеленой экономики. – Текст : электронный // Green Economy : [сайт].– URL: <http://greeneconomy.kg/theory/ponyatie-i-sushhnost-zelenoy-ekonomiki/> (Дата обращения: 10.03.2021).

---

### Compliance of the construction industry companies of the irkutsk region with the principles of turquoise

© **Baimacheva T., Balashov N., Grosheva E., 2021**

The article discusses the reasons that led to the emergence of turquoise organizations (namely, requests from society and employees themselves for changes), as well as the main characteristics of turquoise organizations themselves and their employees: greater independence of employees, increased responsibility, a shift in the focus of motivation: from monetary motivation goes to the intangible area. In addition, the article presents the results of research in the construction industry on the compliance of organizations with the standards of turquoise organizations (the analysis was carried out in 6 blocks: leadership, team approach, communication and conflicts, self-organization, motivation, development strategy).

*Keywords:* research, turquoise organizations, construction

---

УДК 658.8

## НОВЫЕ МОДЕЛИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТА В УСЛОВИЯХ НОВОЙ ЭКОНОМИКИ

© **Барышников С. О., Иваник Е. Д., Чашина Д. О., 2021**

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Авторами данной статьи была проанализирована сложившаяся ситуация на рынке в условиях новой экономики под влиянием глобальных трендов. Были рассмотрены наиболее яркие примеры в различных индустриях, оценено влияние современных тенденций и проведен их анализ.

*Ключевые слова:* анализ, продвижение существующего товара, новая норма, конкуренция, маркетинг, новая экономика, глобальные тренды

**В** современном мире конкуренция заправляет всем. Каждый день на рынке появляются все более активные и креативные участники, которые выводят на рынок все более инновационные продукты, при этом старые теряют свою актуальность. Однако, Котлер Ф. [1] заметил, что не всегда есть возможности и ресурсы выпускать только новое, иногда для поддержания имиджа нужно улучшать свои же предложения, то есть совершенствовать и улучшать свои же предложения.

Делать это можно двумя способами — через физическое изменение продукта или через изменение его позиционирования или продвижения.

Рассмотрим, как появляется новый продукт, чтобы понять, с чем именно мы можем работать при создании новых моделей продвижения. Матвеев Р. [2] определил несколько шагов для вывода нового продукта на рынок:

- поиск идеи и ниши;
- определение схемы производства;
- определение базовых характеристик продукта;
- продвижение на рынок;
- общение с дистрибьютором;
- выход на глобальный уровень.

Однако, все это существует лишь для нового продукта, с уже имеющимся и, возможно, немного устаревшим так поступать нет необходимости. Нет никакого смысла искать новую нишу, он займет ту же, схема производства может поменяться лишь немного, например, если сменить место производства или сделать его более экологичным, базовые характеристики продукта тоже не будут подлежать изменениям, если, к примеру, мы продаем синие швабры для мытья полов, но решим продавать зеленые, то с одной стороны, характеристика изменится, ведь мы сменили цвет, но с другой стороны, это все еще та же швабра, с теми же функциями и способом применения. Общение с дистрибьютором и выход на глобальный уровень останутся шагами неизменными. Продвижение на рынок, будет единственным, над чем мы действительно будем работать, ведь теперь, если мы решили сменить нашу модель продвижения, нам нужно будет полностью ее изменить или хотя бы сменить акценты с предыдущих устаревших установок на новые, обращая внимание на современные тренды и тенденции рынка.

Шульц Д. [5] писал, что продвижение товаров является естественным инструментом экономики и важным регулятором рыночной системы. При его правильной организации, оно способствует эффективной реализации производимой продукции, а также ускоряет возврат оборотных денежных средств компании, помогает найти новые точки контакта непосредственно с потребителем, что в свою очередь преобразуется в рост спроса на

продукцию и влияет на возможность расширения производства. Главной особенностью продвижения считается возможность удовлетворения компании нужды в повышении узнаваемости ее бренда не только экспертами, но и обычными людьми, поэтому именно продвижение является самым мощным средством для повышения объемов реализации продукции. На сегодняшний день актуальность продвижения сомнений не вызывает ведь рынок постоянно меняется, и лишь с помощью правильного эффективного продвижения можно угнаться за изменениями и постоянно появляющимися трендами.

Одним из новых трендов является смена приоритетов. Если раньше поколение, выросшее во время распада СССР и не обладающее статусом и многими вещами, которыми им бы действительно хотелось обладать, старалось всё это приобрести в своей зрелой жизни, стремилось произвести впечатление на окружающих, то новое поколение, зумеры, наоборот впечатление производить не хочет, оно хочет максимально расслабиться, выбирая во всем удобство и практичность, о чем нам говорят авторы статьи на Итерации [4]. Они заметили, что в 2020–2021 годах заметно изменился образ привычных нам вещей, одежды стали свободнее, дизайны и функционалы практичнее. Новая роскошь — иметь лишь практичные вещи, дающие максимальный комфорт и свободу. В условиях новой экономики нужно стараться помнить, что теперь предпочтения отдаются не раскрученным брендам с уже известной историей, а брендам малоизвестным, оригинальным, тем, чьи ценности потребитель разделяет сам и чьи предпочтения совпадают с его личными. За границей популярность таких брендов, как Zara Home, Aliexpress, и прочих схожих с ними, где можно купить товары для дома падает, зато сайт Etsy, где можно купить hand-made продукты от обычных людей набирает обороты. Тоже самое, если дело касается одежды, все чаще на просторах YouTube и Tiktok, которыми буквально правят лидеры мнений современных покупателей, в топе можно увидеть видео о том, как правильно выбирать и переделывать под себя одежду, купленную, как минимум, вторично — в секондхэнде. KateClapp, российский лидер мнений среди молодежи, тоже стала призывать всех покупать вторично в силу экологичности этого процесса. Ритейлеры и производители одежды сейчас начинают терять части своей аудитории, продажи падают, а, значит, нужно становиться креативнее в тех подходах, что используются для удержания текущей части аудитории и привлечения новой.

Еще одним трендом становится тренд на натуральность. Всё должно быть максимально близко к тому, что дает нам природа — сокращение или полное избавление от синтетики, пластика. Сейчас самое время делать акцент на том, что продукция является натуральной и никак не вредит

окружающей среде, не вызывает никаких аллергий, и к тому же очень приятна в использовании. Также многие теряют свое брендовое имя и деловую репутацию за тестирование своей продукции на животных, теперь иметь маленького зайчика на упаковке, свидетельствующего о том, что ни одно животное не пострадало от проводимых опытов уже

не выделяет какой-то бренд из множества других, это новая норма, и лишь отсутствием такого значка можно выделиться, правда, в худшую сторону. На рисунках 1 и 2 представлена ситуация, где российская компания извиняется в своих социальных сетях за использования продуктов животного происхождения.



Рис. 1. Пост-извинения компании Natura Siberica

UPD: Со 2 апреля Natura Siberica отказывается от использования пантокрин в своих косметических средствах. Огромное спасибо вам за проявленное неравнодушие! Мы станем лучше и вместе с вами сделаем Natura Siberica русской косметикой №1 в мире! 🌿 Друзья, добрый день! 🌿 При создании продуктов мы всегда ориентируемся на ваше мнение и поэтому решили провести опрос. Нам очень важно услышать вашу позицию! 🙏

Как вы знаете, вся косметика Natura Siberica основана на целебных компонентах Сибири, а также на вековых традициях заботы о красоте и здоровье северных народов нашей страны. Среди целебных компонентов косметики Natura Siberica присутствует экстракт пантов северного оленя, много десятилетий известный в нашей стране как пантокрин. Пантокрин – это природный адаптоген, получаемый из молодых рогов северных оленей. Он содержит огромное количество ценных питательных и биоактивных веществ – аминокислот, микроэлементов, минеральных солей, ферментов, витаминов и др. Этот компонент невероятно эффективен не только в традиционной медицине, но и в косметологии. Он помогает регенерировать клетки кожи, превосходно проявляет себя в антивозрастных препаратах. Пантовые ванны столетиями использовались нашими предками в качестве прототипа современных оздоровительных процедур 🌿

Мы хотим узнать ваше мнение, как вы относитесь к присутствию компонента пантокрин в косметических продуктах? Ставьте + или – в комментариях. Мы ждем ваших ответов до 19:00 16 марта! На основании голосования мы примем важное решение об использовании пантокрин в наших средствах 🌿🌿🌿 #naturalcosmetics #organicc cosmetics #naturasiberica #freshspa #натурасиберица #опрос

Рис. 2. Извинения компании Natura Siberica

Из предыдущего тренда на натуральность логично вытекает и еще один — экологичность и этичность производства. Уже даже в России никого из потребителей не удивишь перечислением денег в приюты для животных, сортировкой и переработкой пластика (Ibis) или старых вещей (H&M), высадкой

деревьев (Yves Rocher). Теперь покупателей все больше волнует, как же именно сделан продукт, на какой фабрике, в каких условиях, иностранные лидеры мнений все чаще предлагают обращать свое внимание на небольшие бренды, у которых цены на продукт гораздо выше, чем у тех брендов, что

продают так называемый mass-market, зато они не скрывают названия своих фабрик, выкладывают фотографии производства, на которых видно и условия работы и кто именно делает продукцию, скоро это перейдет и к нам.

В погоне за конкурентоспособностью компании всегда стараются оптимизировать бизнес-процессы, фокусируясь на одном из аспектов: снижение себестоимости продукции (или услуги), увеличение скорости производства и др., однако, через несколько лет такой подход может уже не дать таких же результатов, что дает сегодня. Пока эти тенденции и тренды новы для российского производства, нужно успевать менять модели продвижения и смещать акценты своих уже существующих маркетинговых кампаний и слоганов на что-то более современное и отвечающее изменившимся потребностям потребителя.

Разумеется, что рассмотрены были не все тренды и перспективы для развития, так как говорить о постоянных изменениях можно бесконечно, и каждый сам выбирает для себя и своей компании наиболее актуальные тренды. А с учетом постоянных новых трендов единственной рекомендацией компаниям будет оставаться открытым для чего-то нового и следить за изменениями рынка. ■

---

1. Котлер Ф. Основы маркетинга/ Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг. - М., 2018 - 1056 с.

2. Матвеев Р. Как вывести на рынок новый продукт: 6 основных шагов. [Электронный ресурс] // Kontur.ru - URL: <https://kontur.ru.turbopages.org/kontur.ru/s/articles/2713> (Дата обращения: 07.03.2021)

3. Моисеева Н.К. Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии: Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2014 - 304 с.

4. Тренды: бизнес идеи 2020–2021 года в России. Что будет популярно? Чего хотят покупатели? // Итерация - [Электронный ресурс] - URL:

<https://iteraciya.ru/articles/globalnye-trendy-i-tendentsii-2020-2021-goda-biznes-trendy-pokupatelskoe-povedenie-i-predpochteniya/> (Дата обращения: 08.03.2021)

5. Шульц Д. Китчен Ф., Маркетинг. Интегрированный подход: - М.: ИНФРА-М, 2014 - 372 с

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Котлер Ф. Основы маркетинга/ Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг. - М., 2018 - 1056 с.

Матвеев Р. Как вывести на рынок новый продукт: 6 основных шагов. [Электронный ресурс] // Kontur.ru - URL: <https://kontur.ru.turbopages.org/kontur.ru/s/articles/2713> (Дата обращения: 07.03.2021)

Моисеева Н.К. Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии: Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2014 - 304 с.

Тренды: бизнес идеи 2020–2021 года в России. Что будет популярно? Чего хотят покупатели? // Итерация - [Электронный ресурс] - URL: <https://iteraciya.ru/articles/globalnye-trendy-i-tendentsii-2020-2021-goda-biznes-trendy-pokupatelskoe-povedenie-i-predpochteniya/> (Дата обращения: 08.03.2021)

Шульц Д. Китчен Ф., Маркетинг. Интегрированный подход: - М.: ИНФРА-М, 2014 - 372 с

---

#### New models of product promotion in the new economy

© Baryshnikov S., Ivanik E., Chashchina D., 2021

The authors of this article analyzed the current market situation in the new economy under the influence of global trends. The most striking examples in various industries were considered, the impact of modern trends was assessed and their analysis was carried out.

*Keywords:* analysis, promotion of an existing product, new norm, competition, marketing, new economy, global trends

---

УДК 334.02

## СПОСОБЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЕКТОВ И СТАРТАПОВ В БИЗНЕС-ЗОНАХ АЭРОПОРТА

© Барышников С. О., Новичкова И. В., Чувашова А. С., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Поиск источников финансирования для реализации бизнес-проектов или стартапов является сложной задачей для многих предпринимателей и желающих воплотить свои идеи в жизнь. Выбор наиболее подходящего инструмента для привлечения средств может оказать поддержку многим в период экономических кризисов при осуществлении проектов и стартапов, которые можно успешно реализовать, к примеру, в бизнес-залах аэропортов.

*Ключевые слова:* стартап, бизнес-проект, краудфандинг, финансирование, бизнес-залы

Современные начинающие предприниматели или компании, ищущие инвесторов для своих проектов, сталкиваются с проблемой поиска

финансирования. На данный момент существует много различных способов решить данную

финансовую проблему с помощью нетрадиционных финансовых инструментов.

Одним из источников финансирования могут являться гранты или конкурсное финансирование [1]. Грант предоставляется муниципальными или государственными организациями, которые нацелены на развитие стартапов, а конкурсное финансирование включает в себя выигрыш в государственных конкурсах на оказание услуг, поставку товара и так далее. Данный способ источника финансирования, но данные средства трудно получить, и они требуют подробного отчета.

Венчурные фонды занимаются финансированием уже основываясь на проверенной бизнес-модели [1]. Данный способ предполагает крупное финансирование, но необходимо быть готовым, что фонд будет тщательно контролировать для обеспечения возврата вложенных средств.

Еще одним способом финансирования могут выступать банки, ведущие деятельность с малым бизнесом [1]. Если компания старше одного года и с проверенной продукцией, то она может рассчитывать на получение банковского кредита на стартап. При данном способе средства получить крайне сложно, и их возврат строго контролируется.

Также стоит рассмотреть краудфандинг, разделив его на три части: классический, и, учитывая современные тенденции, ICO — краудфандинг [1]. Данный способ финансирования достаточно перспективный, хотя немногим стартапам удалось привлечь средства для начального этапа.

В России краудфандинговые платформы не так популярны, как, к примеру в США. На данный момент можно выделить следующие наиболее популярные платформы: Boomstarter.ru, Planeta.ru, Kooigi, Альфа-поток.

Первая платформа существует с 2012г. [2]. Данная платформа позволяет собрать необходимое количество средств благодаря спонсорам, а взамен берет процент, если необходима сумма была собрана. Шаги для размещения своего проекта на данной платформе включают в себя регистрацию, оформление проекта через специальный онлайн-конструктор с указанием вознаграждения за спонсорство, отправка проекта на модерацию и уже непосредственно запуск проекта при успешном прохождении всех этапов.

Платформа Planeta.ru больше сконцентрирована на благотворительных, культурных, социальных, образовательных и других направлениях [3].

Следующая платформа под названием Kooigi, которая была основана в 2007 г., сосредоточена на творческой сфере [4]. На ней деньги, необходимые для реализации идей, пользователь сможет получить только после накопления всей необходимой суммы.

Платформа Альфа-Поток была запущена в 2015г. и является стартапом банка «Альфа-Банк». С помощью данной платформы малый бизнес может привлекать займы от инвесторов до 6 мес. Не только клиенты данного банка, но также и юридические лица, и индивидуальные предприниматели [5]. На рисунке 1 показаны плюсы и минусы каждой из вышеперечисленных платформ.

| Название платформы | Число реализованных проектов | Плюсы  | Минусы  |
|--------------------|------------------------------|--|---|
| Boomstarter.ru     | около 2 000                  | Большой выбор новаций, удобный интерфейс.  | Если автор не сможет собрать достаточно денежных средств на свою идею, то они вернутся бэкерам. |
| Planeta.ru         | 4200                         | Очень широкая направленность, существует магазин, а также есть возможность принять участие в меценатском проекте.              | Невозможно использовать предложения коммерческого или политического характера.                  |
| Kooigi             | -                            | Существует возможность обойтись без крупных инвестиций, несложный интерфейс.   | Совсем небольшой выбор направлений.   |
| Альфа-поток        | 10 000                       | Данная платформа отлично подходит для финансирования перспективных проектов в уже существующих компаниях (или в сфере бизнеса) | Существует минимальный инвестиционный взнос (50 000 руб.), маленький выбор направлений.         |

Рис.1. Плюсы и минусы российских краудфандинговых платформ

Также существует криптовалютный краудфандинг, наиболее подходящий для компаний,

связанных с блокчейном [1]. Данный способ позволяет вкладывать свои средства инвесторам со

всего мира, но вложения возможны только в криптовалюту и лишь в небольшом сегменте цифровых активов. Но, вполне возможно, что в ближайшем будущем именно данный способ поиска финансирования станет наиболее актуальным.

Если говорить об аэропортах, то часто путешествующие пассажиры по работе или в целях отдыха летают транзитными рейсами, что приводит к необходимости много времени проводить в залах ожидания аэропортов. Но так как не часто в терминалах разных городов встречаются комфортабельные сиденья или бесплатные зоны отдыха, такие длительные перелеты могут стать не очень приятными и отнимать как много времени, так и сил. Именно поэтому для более комфортного времяпрепровождения в аэропортах были созданы бизнес-залы с мягкими креслами, шведским столом или баром. Услугами бизнес-залов аэропорта могут воспользоваться пассажиры бизнес-класса.

Другие пассажиры, кто летает эконом-классом, могут приобрести карту лояльности одной из авиакомпаний: «Аэрофлот», S7 и других авиаперевозчиков. Но необходимо понимать, что по данным картам пассажиры получают доступ исключительно в бизнес-залы авиакомпании, где была приобретена карта, а также чтобы пользоваться такими привилегиями, необходимо летать довольно часто.

В случае если пассажир не так часто путешествует, но все же желает проводить время в терминалах в комфортных условиях, то существует третий способ, открывающий двери в лаундж-зоны аэропортов. Он может приобрести премиальную банковскую карту на выбор в зависимости от частоты полетом, необходимости проводить дополнительных пассажиров/членов семьи в залы повышенной комфортности. Карту Priority Pass можно открыть через такие крупные банки как «Сбербанк», «ВТБ» и другие.

Для того, чтобы обеспечить высокий уровень сервиса в бизнес-залах аэропорта, необходимо вкладывать денежные средства, которых у аэропортов может не оказаться в период экономических кризисов. И чтобы сохранить сервис на достойном уровне, а также иметь возможность развивать сферу услуг и нелегки для бизнеса времена, стоит обратиться к сторонним источникам финансирования. Это может быть, к примеру, заемный (привлеченный) капитал — использование внешних источников (к примеру, иностранных инвесторов, финансовых институтов, государства и так далее). Для разных целей необходим определенным источником финансирования ввиду существующих достоинств и недостатков. Поэтому непродуманная и тщательно непроанализированная схема финансирования может привести к убыткам и желаемые цели не будут достигнуты. Разработанная финансовая схема должна учитывать необходимый объем инвестиций исходя из каждого этапа расчетного периода, риски проекта, снижение финансовых затрат.

В период экономических кризисов и рецессии бизнесу приходится искать новые способы привлечения денежных средств в свои проекты. По мнению авторов важно задействовать всех стейкхолдеров будущего бизнеса в финансировании проектов, связанных с усовершенствованием бизнес-залов аэропортов. Данное решение позволит как собрать необходимую сумму, так и сделать будущих клиентов заведомо лояльными к сервису.

Исследование проведено при финансовой поддержке гранта Иркутского государственного университета для молодых ученых № 091-20-323 «Новая экономическая модель взаимных инвестиций в условиях кризиса». ■

1. Полянский А. Десять способов найти деньги для стартапа. [Электронный ресурс] // Snob.ru - URL: <https://snob.ru/entry/163688/> (Дата обращения: 04.03.2021)
2. Boomstarter.ru // Официальный сайт - [Электронный ресурс] - URL: <https://boomstarter.ru> (Дата обращения: 06.03.2021)
3. Planeta.ru // Официальный сайт - [Электронный ресурс] - URL: <https://planeta.ru> (Дата обращения: 06.03.2021)
4. Kroogi.com // Официальный сайт - [Электронный ресурс] - URL: <https://kroogi.com/explore?locale=ru> (Дата обращения: 06.03.2021)
5. Мубаракшина Г. Краудлендинговая платформа «Поток» от «Альфа-банка» открыла доступ для клиентов других банков. [Электронный ресурс] // Vc.ru - URL: <https://vc.ru/finance/104989-kraudlendingovaya-platforma-potok-ot-alfa-banka-otkryla-dostup-dlya-klientov-drugih-bankov> (Дата обращения: 08.03.2021)

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

- Boomstarter.ru // Официальный сайт - [Электронный ресурс] - URL: <https://boomstarter.ru> (Дата обращения: 06.03.2021)
- Kroogi.com // Официальный сайт - [Электронный ресурс] - URL: <https://kroogi.com/explore?locale=ru> (Дата обращения: 06.03.2021)
- Planeta.ru // Официальный сайт - [Электронный ресурс] - URL: <https://planeta.ru> (Дата обращения: 06.03.2021)
- Мубаракшина Г. Краудлендинговая платформа «Поток» от «Альфа-банка» открыла доступ для клиентов других банков. [Электронный ресурс] // Vc.ru - URL: <https://vc.ru/finance/104989-kraudlendingovaya-platforma-potok-ot-alfa-banka-otkryla-dostup-dlya-klientov-drugih-bankov> (Дата обращения: 08.03.2021)
- Полянский А. Десять способов найти деньги для стартапа. [Электронный ресурс] // Snob.ru - URL: <https://snob.ru/entry/163688/> (Дата обращения: 04.03.2021)

#### Methods of financing business projects and startups in airports' lounge zones



Finding sources of funding for the implementation of business projects or startups is a difficult task for many

entrepreneurs and those who want to bring their ideas to life. Choosing the most appropriate fundraising tool can support many projects in times of economic crisis.

*Keywords:* startup, business project, crowdfunding, financing, business lounges

УДК 332.025

## ВНУТРЕННИЕ ИНВЕСТИЦИИ В ОБЩЕСТВЕННУЮ ИНФРАСТРУКТУРУ В УСЛОВИЯХ СОКРАЩЕНИЯ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

© Богданович И. О., Болтенков И. А., Грошева Н. Б., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Любой территориальный экономический субъект (государство, регион, муниципалитет) не является закрытой системой с точки зрения финансовых потоков. На муниципальном уровне генерируется некий объем валового муниципального продукта, создается доходная база, из которой часть средств уходит из муниципалитета — либо в виде налогов в вышестоящие бюджеты, либо в виде приобретения сырья, материалов, услуг и так далее в других экономических субъектах. В оптимальной ситуации приток денежных средств должен быть больше оттока, и в идеальной безналоговой схеме так и есть — закупается сырье и материалы — продается продукт. Но фактически во многих территориях происходит отток средств конечных потребителей, например, если на территории функционирует крупный федеральный торговый центр, то происходит отток. Следовательно, необходимы механизмы, обеспечивающие внешний приток денежных средств, например, инвестиций.

*Ключевые слова:* прямые иностранные инвестиции, внутренние инвестиции, общественная инфраструктура

Глобальными факторами, влияющими на развитие региона или муниципального образования, на примере Иркутской области, по модели PEST являются:

Таблица 1. PEST-анализ региона

| Группы факторов                                       | Комментарии  |
|---|--|
| Политические факторы                                  |  |
| Изменение природоохранного законодательства           | Озеро Байкал, как природный объект, несомненно, нуждается в защите. Но принимаемые на федеральном уровне нормативные акты не всегда соответствуют географическим или социальным реалиям, что создает и экономические, и инфраструктурные, и социальные проблемы.   |
| Изменение налогового законодательства                 | Мы относим изменение налогового законодательства к политическим факторам, так как это внешнее для муниципалитета и региона решение, принимаемое ради условной выгоды системы в целом. Для Иркутской области значимыми решениями являются, например, налоговые маневры в нефтегазовой сфере, так как регион зависит от сырьевых компаний.                     |
| Изменение ключевой ставки                             | Мы относим этот фактор к политическим, так как решение о ключевой ставке является централизованным, принимается для управления инфляцией и курсом валюты. Изменение ключевой ставки влияют на стоимость заимствований, а Иркутская область и ряд муниципалитетов уже имеет определенную долговую нагрузку.   |
| Межстрановые отношения                                | Сюда относятся все факторы, усложняющие или облегчающие международные торговые, сервисные, иные отношения (санкции, локальные мероприятия, торговые войны и прочее). Так, Иркутский авиационный завод до сих пор не вышел на программу выпуска самолетов МС 21, в том числе потому, что из-за санкций пришлось вводить политику импортозамещения.            |
| Решения о поддержке тех или иных территорий           | Например, для усиления позиций страны в восточных регионах было проведено несколько мероприятий: «дальневосточный гектар», льготная ипотека и перелеты, масштабные инвестиции в ДФУ, изменение состава федеральных округов, что не могло не отразиться на конкурентоспособности Иркутской области (в соседней Бурятии льгот для населения и бизнеса больше). |
| Централизованное управление электоральными процессами | Когда сменяемость губернаторов регионов зависит от политики федерального центра, а не от «фактического волеизъявления» населения территории (мы не оцениваем эту ситуацию как хорошую или плохую,  |

|   |  |
|---|--|
|   | но краткосрочная ориентация губернаторов, не уверенных будут ли они дальше работать на этой территории, не содействует организации долгосрочных проектов или стабильной и последовательной политике социально-экономического развития). Следовательно, последние несколько лет политическая нестабильность привела к полному отсутствию перспективной инвестиционной привлекательности региона. Кроме того, фактическое отсутствие за последние годы стратегии развития региона привело к отсутствию аналогичных стратегий и в муниципалитетах, что препятствует их участию в федеральных программах и проектах. |
| Не оптимальная структура местного самоуправления  | Созданное в связи с изменением законодательства разделение муниципалитетов на 1 и 2 уровень местного самоуправления создало большое количество не только не самообеспечиваемых муниципалитетов, но и разделило объекты социальной инфраструктуры, создав множество операционных трудностей. Фактически, наличие администрации даже в абсолютно дотируемом муниципалитете создает лишние расходы, а качество управления часто оставляет желать лучшего.   |
| Экономические факторы   |  |
| Изменение налоговых доходов бюджета   | В результате изменения законодательства могут появляться новые или наоборот отменяться отдельные источники налоговых доходов бюджета (как пример, отмена ЕНВД повлекла переток налоговых поступлений с местного на региональный уровень, сократив и без того низкую доходную базу местных бюджетов, а рост акцизов на ГСМ повышает себестоимость товаров — для многих территорий логистические затраты в себестоимости имеют большую долю).  |
| Инфляция и инфляционные ожидания  | Изменение (рост) инфляции негативно влияет на потребительскую способность населения, учитывая так же валютную инфляцию, которая в официальной статистике не фигурирует.  |
| Динамика валютных курсов  | Снижение курса рубля по отношению к другим валютам дает преимущества экспортерам, делает импортируемые товары дороже, а территорию более привлекательной для иностранных туристов (до пандемии это было четко видно на притоке китайских туристов).  |
| Высокая доля вертикально-интегрированных компаний                                       | В регионе мало собственных крупных налогоплательщиков, в основном это компании — структурные подразделения вертикально интегрированных компаний, которые перераспределяют налоговую базу по всей структуре. Например, одно из подразделений Полус Золота зарегистрировано в регионе, получает меры поддержки, но не создает мультипликативного потока налоговых поступлений.   |
| Монотерритории  | Плановая экономика СССР создала в регионе несколько муниципалитетов, построенных вокруг одного или группы взаимосвязанных предприятий. Когда эти предприятия прекратили свою работу, экономика муниципалитета — и его потенциальная привлекательность для жителей и инвесторов — резко упала. Такие монотерритории входят в федеральные и региональные программы поддержки, но для развития бизнеса в явно депрессивной территории вопрос отсрочки налогов не является приоритетным.   |
| Дешевая и доступная электроэнергия.   | В регионе до сих пор действует льготный тариф для населения, что создает не только перекосы в формировании себестоимости для промышленных потребителей, но и множество подпольных схем, когда по тарифу для населения заправляют электромобили, работают майнинговые фермы и так далее. Разделение Иркутскэнерго на две компании позволит разделить себестоимость и тариф на электроэнергию, генерируемую из разных источников.  |
| Высокие затраты на поддержание функционирования ряда сельских муниципальных образований | Переток молодежи в города, отсутствие рабочих мест и перспектив их появления сделали отдельные муниципалитеты экономически не выгодными — их теплоснабжение и социальное обеспечение достаточно затратно, особенно в пересчете на количество человек. Однако решение о переселении таких территорий политически и социально сложно, и бюджет несет данную нагрузку.  |
| Социальные факторы  |  |

|  |   |
|--|---|
| Доступность образования                        | Наличие большого количества бюджетных мест вузах или колледжах в определенных территориях или на конкретные специальности стимулирует переток молодежи в эти территории или поступление не на перспективные направления обучения, а на бесплатные (как пример, большое количество мест для педагогических направлений, выпускники которых не стремятся идти работать в школы)   |
| Социальная инфраструктура                      | Наличие или отсутствие развитой системы здравоохранения, социальной поддержки, развлечений, досуга, спорта для детей и взрослых влияет на желание людей жить в том или ином муниципальном образовании, и стимулирует миграционный прирост   |
| Экологическая обстановка                       | Несмотря на наличие озера Байкал, уникального природного объекта, регион находится далеко не в лидерах по состоянию экологии. Несколько городов входят в список самых загрязненных, а несколько постсоветских предприятий сегодня представляют потенциальную экологическую угрозу.  |
| Низкая занятость в сельских территориях        | Большое количество сельских муниципалитетов не имеет собственной доходной базы — развивать сельское хозяйство там не рентабельно, инвесторы не приходят, и бюджетные рабочие места являются единственным источником поступления денежных средств (кроме натурального хозяйства).  |
| Технологические факторы                        |   |
| Плохая ИТ-инфраструктура                       | Во многих территориях отсутствует качественное подключение к интернету — из-за удаленности территорий. Это снижает желание инвесторов создавать там не то что высокотехнологичные, но в целом любые проекты.  |
| Логистическая инфраструктура                   | Область находится на удалении как от поставщиков, так и от потенциальных потребителей ее товаров. Железнодорожные перевозки грузов не обеспечивают все запросы производителей (так, например, поставки угля в Китай не возможны из-за отсутствия мощностей по перевозке), а автомобильный транспорт достаточно затратен. Сложные климатические условия делают ряд северных территорий не доступными весной и осенью, поэтому «Северный завоз» тоже делается в определенные сезоны, что не повышает инвестиционной привлекательности таких территорий. |
| Ресурсная база                                 | Наличие богатой ресурсной базы с одной стороны преимущество региона, с другой — затраты на извлечение высокие. Многие месторождения находятся в северных территориях, с плохой логистикой,  |
| Глобальная миграция в города                   | Этот фактор актуален для всего мира, не только для области. Население концентрируется в крупных городах, так как у них есть перспективы развития. Для региона это переток населения в том числе в центральные агломерации — сперва молодежи на учебу, потом и взрослых на работу.   |
| Низкая плотность населения при большой площади | Данный фактор делает не выгодным множество бизнесов, которые могли бы развиваться и развиваются в более концентрированных территориях.  |
| Научная база и новые технологии                | Несмотря на большое количество научных институтов, прикладные научные исследования, дающие пользу для конкретных инвесторов, практически не ведутся. Фундаментальная наука сама по себе не создает точек притяжения компаний и не создает большого количества рабочих мест.   |

Кроме этих факторов, есть глобальные и природные факторы, влияющие на регион.

Природные — 2018 год был отмечен большим количеством лесных пожаров, 2019 год — наводнением, которое серьезно затронуло несколько территорий и привело к перераспределению мер социальной поддержки из федерального бюджета.

Глобальные — 2020 год ко всем негативным экономическим факторам добавил пандемию, которая сократила количество предприятий малого бизнеса и повлияла на приток туристов, иностранных инвесторов и так далее. Ну а негативные колебания мировых цен на ресурсы — нефть, газ и так далее — еще более осложнили ситуацию в регионе, в том числе в виде притока денежных средств в экономику.

В целом, на фоне общего спада, Иркутская область выглядит следующим образом:

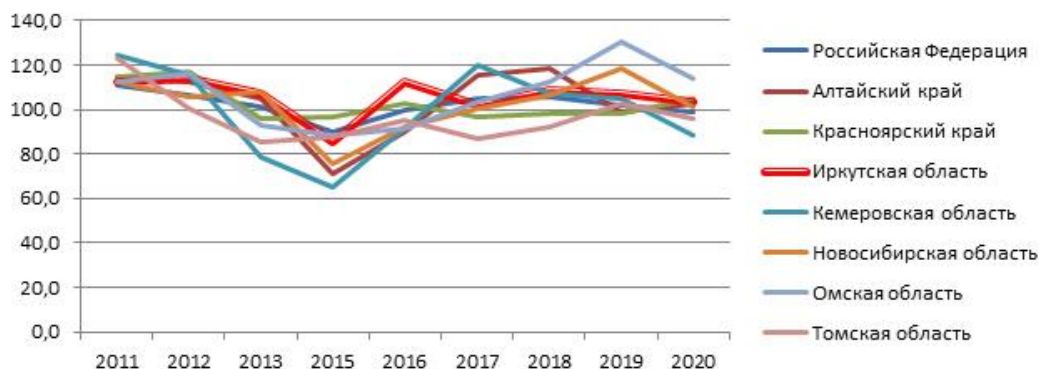


Рис. 1. Динамика инвестиций в основной капитал по годам (по данным с официального сайта Федеральной службы статистики [https://rosstat.gov.ru/investment\\_nonfinancial](https://rosstat.gov.ru/investment_nonfinancial))

При этом доля бюджетного финансирования достаточно низкая — Иркутская область, по

сравнению с некоторыми другими субъектами федерации, является относительным донором.

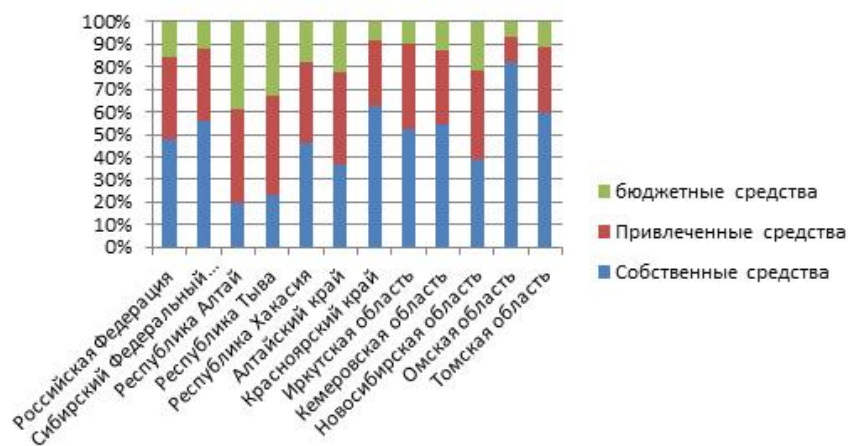


Рис. 2. Структура инвестиций в основной капитал по источникам финансирования (по данным с официального сайта Федеральной службы статистики [https://rosstat.gov.ru/investment\\_nonfinancial](https://rosstat.gov.ru/investment_nonfinancial))

Основной приток инвестиций идет в добычу полезных ископаемых, что не содействует росту

экологического или социального благостояния региона:

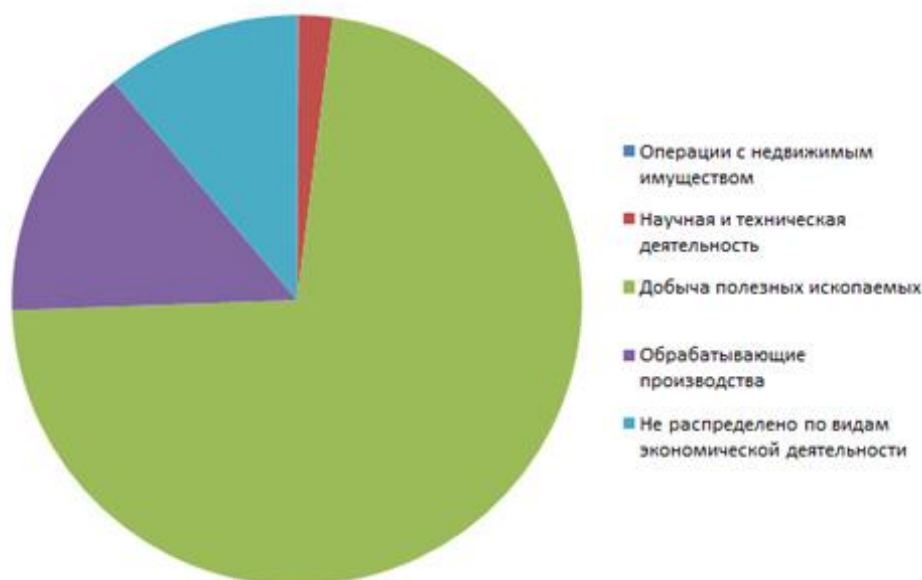


Рис. 3. Структура прямых иностранных инвестиций по видам деятельности (по данным с официального сайта ЦБР [https://cbr.ru/statistics/macro\\_itm/svs/](https://cbr.ru/statistics/macro_itm/svs/))

При этом по странам четко видно, что Кипр, Страны Карибского бассейна и Центральная Америка — оффшорные юрисдикции, большая

доля нераспределенных инвестиций (не прозрачен источник), в напрямую в капитале участвуют Восточная Азия и Юго-Восточная Азия:

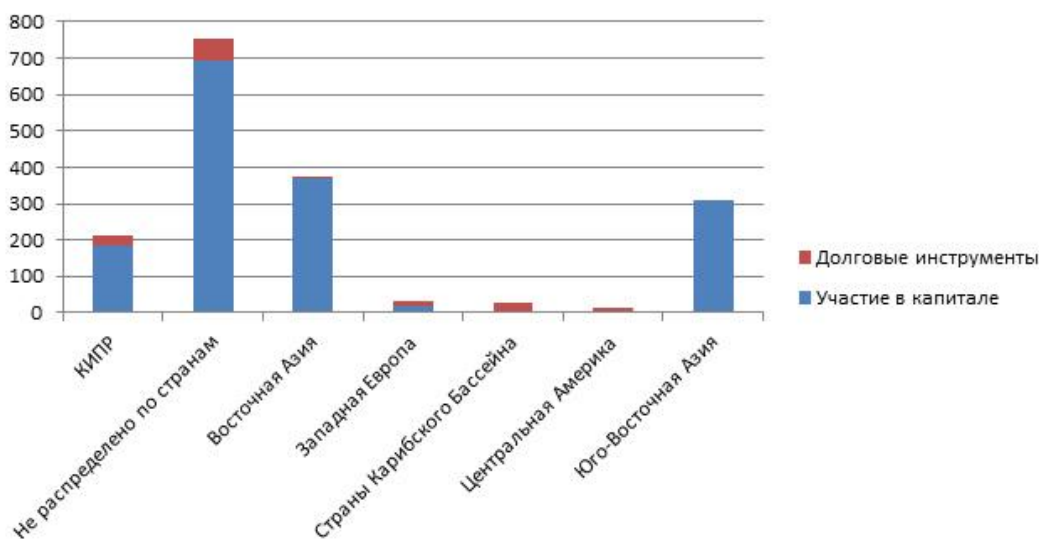


Рис. 4. Страны-инвесторы на 2021 год (по данным с официального сайта ЦБР [https://cbr.ru/statistics/macro\\_itm/svs/](https://cbr.ru/statistics/macro_itm/svs/))

В условиях сокращения целевых трансферов из федерального бюджета и прямых иностранных инвестиций вариантом восстановления экономики может быть реализация новых проектов, при этом за счет внутренних инвестиций.

Учитывая, что внутренние инвестиции нацелены на более длинные сроки окупаемости, то оптимальным вариантом может быть развитие общественной инфраструктуры, как способ реализации инструментов муниципально-частного партнерства и получения комплексного синергетического социально-экономического эффекта.

Исследование проведено при финансовой поддержке гранта Иркутского государственного университета для молодых ученых № 091-20-324. ■

1. Центральный банк Российской Федерации. - [Электронный ресурс] – URL: [https://cbr.ru/statistics/macro\\_itm/svs/](https://cbr.ru/statistics/macro_itm/svs/) (Дата обращения 04.03.2021)
2. Федеральная служба статистики. - [Электронный ресурс] – URL: [https://rosstat.gov.ru/investment\\_nonfinancial](https://rosstat.gov.ru/investment_nonfinancial) (Дата обращения 04.03.2021)

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Федеральная служба статистики. - [Электронный ресурс] – URL: [https://rosstat.gov.ru/investment\\_nonfinancial](https://rosstat.gov.ru/investment_nonfinancial) (Дата обращения 04.03.2021)

Центральный банк Российской Федерации. - [Электронный ресурс] – URL: [https://cbr.ru/statistics/macro\\_itm/svs/](https://cbr.ru/statistics/macro_itm/svs/) (Дата обращения 04.03.2021)

---

### **Domestic investment in public infrastructure under conditions of reducing foreign direct investment**

© **Bogdanovich I., Boltentov I., Grosheva N., 2021**

Any territorial economic entity (state, region, municipality) is not a closed system in terms of financial flows. At the municipal level, a certain amount of gross municipal product is generated, a revenue base is created, from which part of the funds leaves the municipality — either in the form of taxes to higher budgets, or in the form of purchasing raw materials, materials, services, and so on in other economic entities.

In an optimal situation, the inflow of funds should be greater than the outflow, and in an ideal tax-free scheme, this is the case — raw materials and materials are purchased — a product is sold. But in fact, in many territories there is an outflow of end-consumer funds, for example, if a large federal trade center operates on the territory, then there is an outflow. Consequently, mechanisms are needed to ensure an external inflow of funds, for example, investments.

*Keywords:* foreign direct investment, domestic investment, public infrastructure

---

УДК 336.71

## **АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ БАНКОВСКОЙ ОТРАСЛИ РФ**

© **Бойко В. В., Курин В. Ю., 2021**

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье приведен анализ состояния банковской отрасли РФ. Были рассмотрены изменения произошедшие за 2020 год в данном секторе экономики, а также приведены результаты деятельности банков в период кризиса.

*Ключевые слова:* банковский сектор, кризис, кредитование, банковские вклады, инновации, банковская отрасль

**Б**анковская отрасль представляет собой неотъемлемую часть финансовой системы Российской Федерации, обеспечение развития которой является важнейшей задачей государства. Данная сфера деятельности нацелена на удовлетворение потребностей экономических субъектов по распределению денежных ресурсов, представляя собой также основу финансовой системы страны. Именно поэтому дальнейшее развитие национальной экономики во многом зависит от состояния данной отрасли. Различного рода изменения в банковском секторе способны отразиться на других отраслях экономики государства.

Цель исследования. Анализ состояния банковской отрасли России под воздействием влияния кризиса 2020 года.

Результат исследования. Анализируя состояния банковского сектора, важно учитывать кризис, возникший в 2020 году впоследствии возникновения коронавирусной пандемии, а также ослаблением курса рубля.

На 2020 год свою деятельность осуществляют порядка 420 кредитных организаций, среди этого числа насчитывает 381 действующих банков [1].

На июль 2020 года произошел прирост активов в банковском секторе на 1,2 трлн руб. до 97,2 трлн руб., прирост составляет порядка 1,2 % относительно аналогичного периода 2019 года. Прежде всего такая динамика обусловлена ростом розничных и корпоративных кредитов.

Основной причиной повышенного интереса потребителей к розничному кредитованию является запуск программы субсидированной ставки по ипотечному кредиту, повысив таким образом спрос на рынке жилищного кредитования.

Что касается роста корпоративных кредитов, то на 2020 год темпы роста данного вида существенно опережают темпы роста розничного кредитования. Такая тенденция сформировалась ввиду введения мер поддержки бизнеса со стороны государства в период кризиса. На 2020 год динамика кредитования выглядит следующим образом: объем корпоративного кредитного портфеля банка увеличился на 5,4 трлн руб., увеличение розничных кредитов составило порядка 1,97 трлн руб. На рис. 1 представлена динамика кредитования и просроченной задолженности по кредитам в разрезе 2018–2020 гг. [2]





Рис. 1. Динамика кредитования и просроченной задолженности по кредитам

Динамика уровня просроченной кредитной задолженности характеризуется разнонаправленностью. Т.е. рассматривая задолженность по корпоративному кредитованию за 2020 год сложилась следующая тенденция: в первом квартале наблюдалось снижение, во втором произошел стремительный рост задолженности, но во втором полугодии снова произошло снижение уровня задолженности по корпоративному кредитованию. Ситуация по кредитованию физических лиц была следующей: до августа 2020 года наблюдался рост задолженности, после чего произошло снижение, достигнув значения 4,7%. Совокупный рост по задолженности по кредиту равен 16,6%, что свидетельствует об увеличении, в связи с тем, что за 2019 год данный показатель приравнивался к 11,8% [3].

Что касается структуры перераспределения средств корпоративных кредитов, стоит отметить, что основная доля средств, взятых в кредит предприятиями, приходится на следующие отрасли экономики: деятельность, связанная с недвижимостью (17,1%), оптовая и розничная торговля (9,8%), сельское и лесное хозяйство (6,3%) и т.д. Наибольшую долю в структуре занимает совокупное объединение других разноплановых отраслей. Во многом к кредитованию прибегали наиболее пострадавшие отрасли под воздействием возникшего кризиса.

На рис. 2 представлено распределение кредитного портфеля российских банков между различными отраслями экономики страны за 2020 год [4].

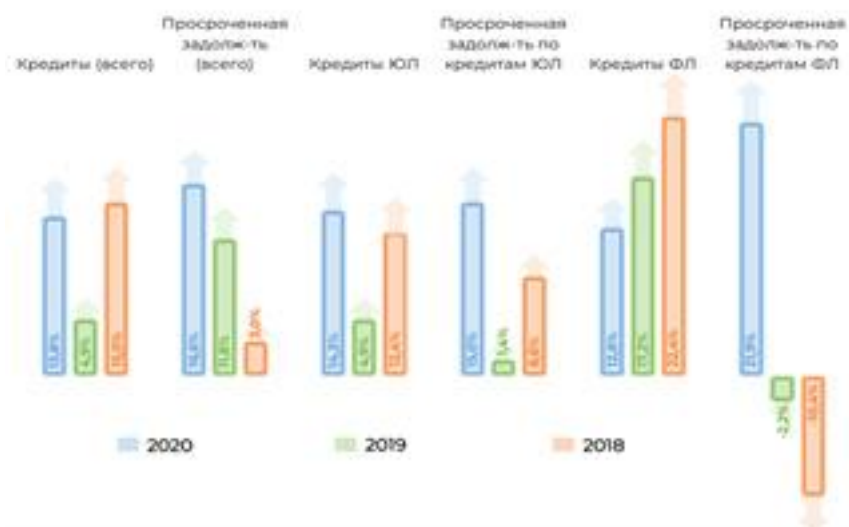


Рис. 2. Распределение корпоративного кредитного портфеля банка между отраслями экономики за 2020 г.

Таким образом, можно наблюдать значительные изменения структуре кредитования.

Важным событием также является значительный отток денежных средств с банковских вкладов и

депозитов, который прежде всего обусловлен рядом факторов, сред которых можно выделить:

- минимальный размер ключевой ставкой по вкладу;
- снижение уровня доходов населения;
- введение закона о взимании НДФЛ с доходов от процентов по крупным банковским вкладам, согласно которому налог будет взиматься совокупно с доходов по процентам по всем вкладам (остаткам на счетах) во всех банках.

Вследствие чего, структура распределения денежных средств населения, которые представляют собой существенный ресурс для поддержания экономики страны, потерпела изменения. Часть денежных средств сосредоточена «на руках» граждан. Значительная доля распределена на фондовом рынке. Т.к. 2020 год характеризуется максимальным притоком денежных средств на фондовый рынок.

Можно утверждать, что на 2020 год в структуре денежных средств банка преобладают средства корпоративных клиентов над средствами населения, что является противоположной тенденцией годом ранее. Что, как и прежде отмечалось ранее, характеризуется оттоком существенной доли денежных средств граждан.

Вместе с тем, с непрерывным развитием банковской отрасли происходят различные внедрения инноваций и технологий. Так, в начале 2019 года была запущена «Система быстрых платежей» (СБП), которая была создана фоне монополизированной позиции «Сбербанка» на рынке платежей. Данная система позволяет населению производить платежи между счетами различных банков. На 2020 год произошел существенный рост количеств переводов денежных средств посредством данной системы. С начала запуска данной системы по 29 декабря 2020 года было совершено 113 млн операций, сумма которых составила 815 млрд руб. [5].

Таким образом, главными событиями, произошедшими за 2020 год, являются:

- снижение ключевой ставки Центрального банка до исторического минимума, равного 4,25 %;
- внедрение новейших технологий для повышения уровня сервиса предоставления онлайн услуг по обслуживанию;
- реализация государственной программы по предоставлению льготного кредитования для бизнеса и ипотечных заемщиков;
- отток свободных денежных средств население с банковских вкладов. Их дальнейшее перераспределение в иные финансовые инструменты (акции, облигации);
- развитие системы быстрых платежей (СБП) [6].

Вывод: несмотря на различные негативные факторы, способствующие негативно воздействовать на банковскую отрасль, в целом состояния данной отрасли сохраняет свои

устойчивые позиции, адаптируясь под изменчивые условия внешней среды. ■

1. Банковская система устойчива, но вопросы остаются [Электронный ресурс] // Аналитическое кредитное рейтинговое агентство . - Электрон.дан – URL: <https://www.acra-ratings.ru/research/2213> (Дата обращения 30.03.2021) . - Текст : электронный.

2. Хороший год. Сколько банки заработали на кредитовании в 2020 году. Исследование Банки.ру [Электронный ресурс] // Banki.ru. - Электрон.дан – URL: <https://www.banki.ru/news/daytheme/?id=10943547> (Дата обращения 30.03.2021) . - Текст : электронный.

3. Итоги работы банковского сектора в 2020 году [Электронный ресурс] // Риа Рейтинг. - Электрон.дан – URL: <https://riarating.ru/finance/20201230/630193896.html> (Дата обращения 30.03.2021) . - Текст : электронный.

4. В кризисном 2020 году чистая прибыль банков приблизилась к рекордной [Электронный ресурс] // РБК. - Электрон.дан – URL: <https://www.rbc.ru/finances/28/01/2021/601232cb9a7947a81d01b708>

5. Система быстрых платежей ЦБ стала доступна клиентам большинства банков [Электронный ресурс] // РБК. - Электрон.дан – URL: <https://www.rbc.ru/finances/01/01/2021/5fe0713d9a794776b1e58666> (Дата обращения 30.03.2021) . - Текст : электронный.

6. Банковский сектор и «коронакризис» - когда год идет за двадцать [Электронный ресурс] // Информационное агентство Interfax. - Электрон.дан – URL: <https://www.interfax.ru/business/742397> (Дата обращения 30.03.2021) . - Текст : электронный.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Банковская система устойчива, но вопросы остаются [Электронный ресурс] // Аналитическое кредитное рейтинговое агентство . - Электрон.дан – URL: <https://www.acra-ratings.ru/research/2213> (Дата обращения 30.03.2021) . - Текст : электронный.

Банковский сектор и «коронакризис» - когда год идет за двадцать [Электронный ресурс] // Информационное агентство Interfax. - Электрон.дан – URL: <https://www.interfax.ru/business/742397> (Дата обращения 30.03.2021) . - Текст : электронный.

В кризисном 2020 году чистая прибыль банков приблизилась к рекордной [Электронный ресурс] // РБК. - Электрон.дан – URL: <https://www.rbc.ru/finances/28/01/2021/601232cb9a7947a81d01b708>

Итоги работы банковского сектора в 2020 году [Электронный ресурс] // Риа Рейтинг. - Электрон.дан – URL: <https://riarating.ru/finance/20201230/630193896.html> (Дата обращения 30.03.2021) . - Текст : электронный.

Система быстрых платежей ЦБ стала доступна клиентам большинства банков [Электронный ресурс] // РБК. - Электрон.дан – URL: <https://www.rbc.ru/finances/01/01/2021/5fe0713d9a794776b1e58666> (Дата обращения 30.03.2021) . - Текст : электронный.

Хороший год. Сколько банки заработали на кредитовании в 2020 году. Исследование Банки.ру [Электронный ресурс] // Banki.ru. - Электрон.дан – URL:

<https://www.banki.ru/news/daytheme/?id=10943547>  
(Дата обращения 30.03.2021) . - Текст : электронный.

## Analysis of the state of the banking industry of the Russian Federation

© Boiko V., Kurin V., 2021

This article provides an analysis of the state of the banking industry in the Russian Federation. The changes that took place in 2020 in this sector of the economy were considered, as well as the results of the banks' activities during the crisis.

*Keywords:* banking sector, crisis, lending, bank deposits, innovations, banking industry

УДК 336.77.067

## РАЗНОВИДНОСТИ И ФОРМЫ КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ

© Бойко В. В., Курин В. Ю., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье рассматриваются методы и формы кредитования в России. Кредитование является одним из эффективных инструментов развития экономики страны, т.к. ее поддержание и совершенствование не представляется возможным без обеспечения финансовыми ресурсами, необходимых для балансирования системы оборота доходов и товаров.

*Ключевые слова:* кредитование, формы кредитования, кредит, понятие кредитования, банковское кредитование

Уровень развития экономики страны во многом определяется степенью развития кредитных отношений, т.к. на основании данных отношений решается множество различных экономических и политических проблем. Операции по кредитам во многом способствуют повышению эффективности функционирования предприятий, а также же в целом поддерживают экономику страны. Цель исследования. Анализ существующих форм и методов кредитования в России.

Результаты исследования. Кредит представляет собой экономическую сделку, при которой происходит предоставление одним лицом денежных средств или имущества другому лицу на условиях срочности, платности и возвратности. В проведении данной сделки принимают участие несколько субъектов:

- кредитор, которым может выступать физическое или юридическое лицо, а также государств. В данной сделке роль кредитора заключается в предоставлении кредита заемщику на условиях возвратности;
- заемщик — это лицо, которому непосредственно предоставляется кредит, который обязуется осуществить возврат кредита на заранее оговоренных условиях;
- поручитель — данное лицо принимает участие не во всех сделках по кредитованию. Тем не менее, роль поручителя заключается в том, что он, как и заемщик несет ответственность перед кредитором за своевременную выплату обязательств.

В настоящий время, с развитием экономики образовалось различное многообразие форм кредитования, способные удовлетворить нужды разного рода потребителей. Удовлетворение нужд

заемщиков происходит не только по сумме и сроку, но и по другим критериям, к примеру, с учетом своевременности, простоты и гарантированности кредитной сделки. Разнообразие форм кредитования прежде всего обусловлено тем фактом, что заемные средства в виде кредитов являются неотъемлемо важным инструментом для поддержания финансовой стабильности предприятий, а также для улучшения их деятельности, а также носит социально-экономический характер, позволяя повысить качество жизни физических лиц.

Таким образом, для удовлетворения различных нужд потребителей образуются различные формы кредитования. Классификация кредитов по формам выглядит следующим образом:

- банковский кредит;
- потребительский кредит (в товарном и денежном выражении);
- государственный кредит;
- международный кредит;
- ипотечный кредит [1].

В свою очередь каждый из форм кредитов имеет также свою классификацию.

Банковский кредит представляет собой экономическую сделку, где одной из сторон выступает банк. В наиболее распространенной модели проведения данного вида сделки, банк выступает в качестве кредитора, предоставляя средства заемщикам.

Банковский кредит представляет собой один из наиболее распространенных видов кредитования, ввиду его универсального характера, который обусловлен:

- широтой аудитории, которая может воспользоваться банковским кредитом, которая

включает в себя коммерческие и некоммерческие организации, физические лица, другие банки, государство. Каждый из субъектов имеет возможность на получение услуги кредитования в соответствии со своими целями;

- объемом выданных кредитов, т.е. в зависимости от различных факторов (ресурсной базы банка, степени риска заемщиков и т.п.) банк может предоставлять кредиты в соответствии с различными требованиями потребителей;

- разнообразие вариаций сроков погашения кредитов, которые устанавливаются при заключении сделки [2].

Таким образом, многообразие форм и видов услуг по банковскому кредитованию послужило его быстрому внедрению и распространению в экономике ввиду того, что банки ориентируясь на нужды потребителей, совершенствуют свою систему. Соответственно с этим, совершенствуются способы и качество предоставления услуг по кредитованию.

Среди методов банковского кредита можно выделить следующие:

- разовых кредитов — в случае заключения данной сделки, в большинстве случаев вся заемная сумма выдается заемщику единовременно и полностью. В то же время, разовый кредит может предоставляться в разной форме. Если он предоставляется юридическому лицу, то поступление средств будет происходить в безналичной форме на счет компании. Если кредитование происходит в адрес физического лица, то средства могут быть выданы как в наличной форме, так и перечислены на банковский счет заемщика;

- кредитных линий — представляет собой обязательство банка, выдавать кредит заемщику в заранее определенное время и в определенном объеме. Прежде всего отличительной особенностью кредитной линии является тот факт, что банк выплачивает средства заемщику, когда они потребуются как общей суммой, так и частями [3];

- синдицированное кредитование — предоставление кредита заемщика несколькими кредиторами, в рамках единого кредитного соглашения;

- овердрафт. Это краткосрочный кредит, предоставляемый банком заемщику, в случае, когда на счету недостаточное количество денежных средств, либо их отсутствие. Т.е. кредитование происходит при установленном лимите и сроке погашения обязательств заемщиком. Погашение средств происходит за счет списание с остатков денежных средств на счете заемщика.

Таким образом, методы представляют собой совокупность различных приемов, с помощью которых производится выдача кредитов.

Потребительский кредит наиболее распространен среди небольших юридических лиц, а также физических лиц. Как правило, целевое

назначение данного кредита — приобретение различных товаров на личные нужды. Потребительский кредит также включает в себя различные формы предоставления средств, т.е. заемщик может получить услуги кредитования как в форме денежных средств, так и в товарной форме. Кредитование в товарной форме представляет собой рассрочку на приобретение различного рода товаров, которую предоставляют, к примеру, предприятия розничной торговли.

Государственное кредитование представляет собой предоставление средств заемщику из средств бюджета. При осуществлении данного вида сделки, кредитором выступает государство.

Кредитование Центральным государственным банком, как правило, предназначено для следующих целей:

- кредитование коммерческих банков;
- кредитование отдельных регионов или отраслей;
- кредитование программ международных отношений.

Ипотечный кредит — это предоставление ссуды под залог недвижимости. Основная цель пользования данной формой кредитования является приобретение или строительство жилья, а также приобретение земли.

Международное кредитование представляет собой движение ссудного капитала между государствами посредством сформированных международных отношений. В качестве субъектов данной сделки выступают предприятия, банки, государство и регионально валютно-кредитные организации [4].

Услуги кредитования могут предоставляться заемщику в различной форме: в денежной форме, товарной и смешанной. Смешанная форма кредита — это объединение в себе товарной и денежной формы.

Наиболее распространенной формой является денежная.

Вывод. На сегодняшний день, учитывая степень важности формирования кредитных отношений, существует многообразие форм и методов кредитования различных потребительских нужд. ■

---

1. Хисамиев И.Ф. Развитие рынка потребительского кредитования в России // Интеграция наук. 2019 № 1 (24). С. 209-211.

2. Алексеева, Д. Г. Банковское кредитование : учебник и практикум для вузов / Д. Г. Алексеева, С. В. Пыхтин. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 128 с. — (Высшее образование).

3. Кредитная линия [Электронный ресурс] // Banki.ru: сайт. — URL [https://www.banki.ru/wikibank/kreditnaya\\_liniya/](https://www.banki.ru/wikibank/kreditnaya_liniya/) (Дата обращения 30.03.2021)

4. Деньги, кредит, банки: Учебник / Ю.А. Ровенский, Бунич Г.А.; Под ред. Ю.А. Ровенского. - М.: ПРОСПЕКТ, 2016. - 315с.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Алексеева, Д. Г. Банковское кредитование : учебник и практикум для вузов / Д. Г. Алексеева, С. В. Пыхтин. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 128 с. — (Высшее образование).

Деньги, кредит, банки: Учебник / Ю.А. Ровенский, Бунич Г.А.; Под ред. Ю.А. Ровенского. - М.: ПРОСПЕКТ, 2016. - 315с.

Кредитная линия [Электронный ресурс] // Banki.ru: сайт. — URL <https://www.banki.ru/wikibank/kreditnaya liniya/> (Дата обращения 30.03.2021)

Хисамиев И.Ф. Развитие рынка потребительского кредитования в России // Интеграция наук. 2019 № 1 (24). С. 209-211.

## Varieties and forms of loans in Russia

© Boiko V., Kurin V., 2021

This article examines the methods and forms of lending in Russia. Lending is one of the most effective tools for the development of the country's economy, because its maintenance and improvement is not possible without providing the financial resources necessary to balance the system of turnover of income and goods.

*Keywords:* lending, forms of lending, credit, lending concept, bank lending

УДК 334.7

## КРАУДСОРСИНГ КАК МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННО-ЗНАЧИМЫМИ ПРОЕКТАМИ

© Болтенков И. А., Грошева Н. Б., Чанчиков А. А., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Краудсорсинг как способ управления общественно-значимыми проектами. В статье рассматривается необходимость и эффективность привлечения местного сообщества для инициации, планирования и реализации общественно-значимых проектов. Предлагается создание краудсорсингового проектного офиса как внешней площадки управления проектами на уровне муниципалитета.

*Ключевые слова:* проектный офис, общественно-значимые проекты, краудсорсинг.

В рамках глобальной концепции устойчивого развития, утвержденной и неоднократно корректируемой ООН, территории (регионы, муниципалитеты) должны активно взаимодействовать со стейкхолдерами — местными жителями, общественными движениями, компаниями-резидентами, компаниями-инвесторами, соседними территориями. Такое взаимодействие предполагает не только открытость власти, прозрачность принимаемых решений, но и вовлечение представителей стейкхолдеров в практическую деятельность.

Например, если есть потребность инициации и реализации общественно-значимого проекта (развитие социальной инфраструктуры, экологии, благоустройства территорий или иных проектов), то вовлечение дополнительных заинтересованных сторон решает проблемы на этапе инициации проектов (появление новых идей и мнений), на этапе финансирования проектов (краудфандинг), на этапе реализации проектов (дополнительные ресурсы и снижение рисков), на этапе контроля проекта. Если говорить о рисках, то вовлечение общественности в территориальные проекты снижает негативное восприятие деятельности власти, повышает лояльность населения, снижает перспективный отток населения, а самостоятельное управление проектами повышает гибкость проектов [3,5].

В руководстве PMI [2] отражены основные стадии жизненного цикла проектов, и объем трудозатрат по каждой стадии, и видно, что все стадии жизненного цикла требуют значительных управленческих усилий. В случае реализации большого количества проектов (и даже в случае простой инициации значительного количества проектов) у представителей органов власти не хватит ресурсов не только для реализации, но и для рассмотрения и согласования проектов.

Эту проблему может решить внешний проектный офис, созданный на краудсорсинговой основе. Краудсорсинг предполагает вовлечение широкого круга участников для решения каких-либо проблем.

Такой проектный офис предполагает наличие постоянного перечня участников из числа представителей общественности и компаний-резидентов и дополнительных участников при реализации отдельных проектов (заинтересованных сторон).

Задачи проектного офиса:

- участие в разработке стратегии развития территории;
- определение портфеля проектов исходя из стратегии;
- выявление точек роста или проблем (фактически предпосылок проекта);

- формирование перечня потенциальных проектов (в рамках портфеля проектов);
- информирование о необходимости предложения проектов или проектных идей;
- сбор и оценка идей (в случае, если инициаторы предлагают дополнительные проекты — оценка необходимости реализации проекта);
- приоритезация проектов;
- в случае положительного решения — согласование параметров проекта с курирующими органами регионального или муниципального управления;
- формирование плана проекта;
- привлечение ресурсов для реализации проекта;
- управление реализацией проектов.

Рассмотрим пример реализации такой схемы на примере развития одной из территорий г.Иркутска — микрорайона Ново-Ленино. Микрорайон изначально проектировался как спальный, находится на значительном удалении от города, на территории микрорайона нет точек притяжения туристов и местных жителей (развлечений, отдыха, и т.д.). Создается постоянный миграционный поток в центр города, большая нагрузка на уже имеющиеся в центре города объекты, значительный трафик на дорогах.

Объективно есть необходимость создания нового инфраструктурного проекта на данной территории, но у администрации города нет «творческого» и ресурсного потенциала для самостоятельной реализации данного проекта.

Отметим, что имеется значительное количество потенциальных инвесторов федерального уровня, однако для их вовлечения в проект необходима визуализация идеи и перспектив развития территории, базовая финансовая

модель проекта, схема муниципально-частного партнерства в реализации данного проекта.

Администрация совместно с КРИО (Корпорацией развития Иркутской области) инициировала проект привлечения студентов к разработке идеи проекта, формализации идеи, презентации ее потенциальным инвесторам, и участия в реализации проекта.

В настоящее время координацией проекта совместно занимаются представители КРИО, администрации, и Иркутского государственного университета, и основная задача данного проекта — формализация процедур взаимодействия администрации и внешних стейкхолдеров, разработка системы требований к проекту, процедур управления и согласования проекта, процедур управления рисками, создание и утверждение пакета документов по реализации проектов муниципально-частного партнерства. В г.Иркутск за последние 8 лет реализовано несколько проектов трансформации территорий в точки притяжения горожан (парк «Патриот», спортивный парк «Поляна», проект «Солнечная дорога»), но все эти

проекты были реализованы по инициативе частных инвесторов и практически без участия администрации. Для формирования портфеля проектов, интеграции усилий общественности, инвесторов, и иных стейкхолдеров и необходим проектный офис, в задачи которого будет, в том числе, входить привлечение более широкого круга участников (в том числе школьников), координация их усилий, максимизация результативности проектов и как результат — повышение удовлетворенности населения и устойчивости территориального развития [4].

Исследование проведено при финансовой поддержке гранта Иркутского государственного университета для молодых ученых № 091-20-324. ■

1. Ларсон, Э. У. Управление проектами : учебник / Э. У. Ларсон, К. Ф. Грей ; пер. В. В. Дедюхин. — 5-го полн. Перераб. Изд. — Москва : Издательство Дело исервис, 2013. — 784 с. — ISBN 978-5-801-80356-2.

2. Руководство к Своду знаний по управлению проектами (Руководство РМБОК\*). — 5-е изд. — Москва : Издательство Олимп-Бизнес65, 2014. — 586 с. — ISBN 9785969302860.

3. Сазерленд, Д. Scrum. Революционный метод управления проектами / Дж. Сазерленд ; пер. М. Гескина. — Москва : Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2016. — 288 с. — ISBN 978-5-000-57722-6.

4. Hinde, D. Prince2 Study Guide / D. Hinde — United Kingdom : Издательство JohnWiley and Sons, 2012. — 528 с. — ISBN 978-1-119-97078-1.

5. Стиллмен Э. Head First Agile. Гибкое управление проектами / Э. Стиллмен, Дж. Грин.- Санкт-Петербург : Издательство Питер, 2019. — 464 с. — (Серия "IT для бизнеса"). — ISBN 978-5-4461-0992-0.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Hinde, D. Prince2 Study Guide / D. Hinde — United Kingdom : Издательство JohnWiley and Sons, 2012. — 528 с. — ISBN 978-1-119-97078-1.

Ларсон, Э. У. Управление проектами : учебник / Э. У. Ларсон, К. Ф. Грей ; пер. В. В. Дедюхин. — 5-го полн. Перераб. Изд. — Москва : Издательство Дело исервис, 2013. — 784 с. — ISBN 978-5-801-80356-2.

Руководство к Своду знаний по управлению проектами (Руководство РМБОК\*). — 5-е изд. — Москва : Издательство Олимп-Бизнес65, 2014. — 586 с. — ISBN 9785969302860.

Сазерленд, Д. Scrum. Революционный метод управления проектами / Дж. Сазерленд ; пер. М. Гескина. — Москва : Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2016. — 288 с. — ISBN 978-5-000-57722-6.

Стиллмен Э. Head First Agile. Гибкое управление проектами / Э. Стиллмен, Дж. Грин.- Санкт-Петербург : Издательство Питер, 2019. — 464 с. — (Серия "IT для бизнеса"). — ISBN 978-5-4461-0992-0.

**Crowdsourcing as a management mechanism of public important projects**  
© Boltenev I., Grosheva N., Chanchikov A., 2021



Crowdsourcing as a way to manage socially significant projects The article discusses the need and efficiency of attracting local community to initiate, plan and implement public significant projects. Creation of a crowdsourced project

office is proposed as an external project management platform at the municipality level.

*Keywords:* project office, socially significant projects, crowdsourcing

УДК 336.7

## ЦИФРОВЫЕ ВАЛЮТЫ ЦЕНТРАЛЬНЫХ БАНКОВ: ПРЕИМУЩЕСТВА И РИСКИ

© Гимельштейн Е. А., Годван Д. Ф., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутска

После стремительного роста популярности криптовалют стало очевидно, что цифровизация валютного сектора неизбежна. Возможность повсеместного использования классических криптовалют (биткойн, эфир и т.д.) все же вызывает сомнения. Однако правительства многих стран уже разрабатывают альтернативу — так называемые цифровые валюты центральных банков. В данной работе рассмотрены преимущества и возможные риски «цифровизации» национальных валют.

*Ключевые слова:* цифровые валюты центральных банков, криптовалюты, биткойн, цифровой рубль

Деньги являются неотъемлемой частью нашей повседневной жизни, мы используем их все время, чтобы заплатить и получить оплату и на протяжении сотен лет мы доверяли эмиссию денег центральным банкам чтобы убедиться, что можем положиться на деньги.

Однако технология в настоящее время быстро меняет то, как мы живем и как совершаем сделки друг с другом. Как это уже случалось в прошлом, технологии меняют формы денег, которые мы используем в нашей повседневная жизнь.

В последнее время появилось много новостей о цифровых валютах. Такие компании, как Tesla, Square и PayPal, активно вкладываются в криптовалюты, продают свою продукцию за криптовалюты и рассматривают их для совершения сделок. При этом наибольшие, миллиардные ставки делаются именно на биткойн. Крупные инвесторы и крупные компании теперь вкладывают деньги в биткойн, что добавляет общественного доверия к знаменитой волатильной цифровой валюте. Citibank недавно заявил, что биткойн может стать «валютой выбора для мировой торговли». Превратит ли все это Биткойн в жизнеспособную валюту вместо объекта спекулятивных инвестиций еще предстоит увидеть, но во всем мире растет число правительств, которые не собираются ждать.

Банк Англии разрабатывает свою собственную цифровую валюту. Центральный банк Швеции тестирует электронную крону, а развивающиеся страны ввели пилотные программы. В 2020 году около 60 процентов из 65 опрошенных центральных банков мира заявили, что они экспериментируют над цифровыми валютами. Это на 18 % больше, чем в 2019 году. Сторонники этой идеи говорят, что цифровые деньги могут облегчить трансграничные платежи, способствовать финансовой доступности и стабильность платежной системы. Но есть и масса серьезных рисков. Проблемы конфиденциальности могут возникнуть, если центральный банк сможет контролировать каждую операцию.

Цифровая валюта центрального банка, или CBDC (Central Bank Digital Currency), — это цифровая форма валюты страны, управляемая центральным банком. Подобно наличным деньгам, центральный банк будет выпускать свою цифровую валюту, чтобы позволить людям совершать повседневные сделки [1].

Многие страны вынуждены форсировать разработку, потому что они сталкиваются с давлением со стороны конкурентов как Китай, который опередил своих развитие цифровой валюты. Китай изучает, как он мог бы создать цифровой юань. В прошлом страна проводила массовые пилотные испытания в крупных городах. 4 февраля 2021 года центральный банк Китая также создал совместное предприятие со SWIFT (глобальной системой финансового сообщения и трансграничных платежей) для продвижения цифрового юаня [2].

Многие правительства, включая Великобританию, Швецию, Гонконг, Австралию, США и Россию продолжают изучение способов внедрения цифровой валюты. Европейский центральный банк работает с Европейской комиссией в экспериментах по рассмотрению преимущества цифрового евро. Он решит, стоит ли запускать цифровой евро в середине 2021 года. Швеция, которая показывает один из самых низких показателей использования наличных денег, в 2019 году запустила пилотную программу для своих цифровых валюта, известную как E-Крона.

Для конечного пользователя цифровые валюты центральных банков будут работать точно так же, как деньги, которые он видит, когда проверяете свой банковский счет в интернете. Цифровые валюты будут выпускаться центральным банком и храниться непосредственно в банке или цифровом кошельке гражданина. Вместо того, чтобы печатать физические деньги, центральный банк будет использовать электронные монеты или банкноты, которые обладают своим уникальным «номером» —

цифровым кодом. Цифровой кошелек будет доступен через смартфоны.

Правительства также могут решить, хотят ли они, чтобы их граждане создавали счета в своих банках, центральном банке или управляли цифровой валютой через специальные финансовые институты.

Китайский цифровой юань не основан на блокчейне (технологии распределенного реестра, лежащей в основе криптовалют, таких как биткоин). При чем в случае биткоина он намеренно децентрализован. Цифровые валюты центрального банка могут быть основаны на блокчейне или нет, в зависимости от технологии реализации. Китайский цифровой юань работает очень похоже на уже существующие коммерческие цифровые платежные системы, такие как Alipay и WeChat Pay. Пользователи загружают цифровые кошельки на свои телефоны, где они могут хранить свои средства. Генерируется QR-код, который может быть отсканирован платежными терминалами и магазинами для оплаты таких вещей, как продукты питания и товары розничной торговли. В Китае уже существует инфраструктура, которая позволяет использовать существующие платежные системы и позволит использовать цифровой юань, а граждане уже вполне привыкли к такому способу совершения сделок [3].

Одно из преимуществ цифровых валют центрального банка может заключаться в снижении стоимости трансграничных операций. Сейчас комиссия за перевод денег за границу составляет в среднем 5 % или больше. Кроме того, из-за устаревшей корреспондентской банковской системы и неэффективности трансграничных платежей могут занимать длительное время.

Существует много рисков, связанных с цифровыми валютами центрального банка. Если мы будем полагаться исключительно на цифровые валюты и произойдет массовое отключение электроэнергии или взлом, это может поставить под угрозу всю систему.

Также существует огромная дискуссия вокруг того, будут ли пользователи обязаны предъявлять ID и, например, подтверждать адрес для использования цифровой валюты центрального банка.

Большинство центральных банков говорят, что это, скорее всего, CBDC, если реализуются, будут сосуществовать с другими формами валюта.

Выпущенные центральным банком цифровые валюты дают людям еще один способ для хранения денег. Эти виды цифровых валют будут считаться чрезвычайно безопасными активами. Во времена экономической неопределенности люди могут с большей вероятностью выводить свои средства из коммерческих банков и затем накапливать безопасную цифровую валюту. Это может сделать финансовый кризис еще более нестабильным.

Конфиденциальность также может стать огромной проблемой, в зависимости от того, как разработана цифровая валюта. Существует

опасность, что мы можем в конечном итоге создать центральное хранилище данных, получив доступ к которому можно устроить коллапс всей системы.

Таким образом, вопрос цифровизации национальных валют — это вопрос времени. В ближайшем будущем цифровые валюты центральных банков станут распространенным явлением. Однако конфигурации и методики работы системы цифровых валют еще предстоит моделировать и обсуждать. ■

---

1. Лебедева Н. Ю., Назаренко Г. В., Седракия Л. К. Цифровая валюта центрального банка: перспективы и риски эмиссии // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2020. №2.

2. SWIFT и китайский центробанк будут вместе продвигать цифровой юань [Электронный ресурс] // Ведомости: информ. портал. – Электрон. дан. - URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2021/02/09/857330-swift-tsentrban> (Дата обращения: 20.03.2021).

3. Цифровая валюта центральных банков: мировой опыт [Электронный ресурс] // Эконс: информ. портал. – Электрон. дан. - URL: <https://econs.online/articles/regulirovanie/tsifrovaya-valyuta-tsentralnykh-bankov-mirovoy-opyt/> (Дата обращения: 20.03.2021).

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

SWIFT и китайский центробанк будут вместе продвигать цифровой юань [Электронный ресурс] // Ведомости: информ. портал. – Электрон. дан. - URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2021/02/09/857330-swift-tsentrban> (Дата обращения: 20.03.2021).

Лебедева Н. Ю., Назаренко Г. В., Седракия Л. К. Цифровая валюта центрального банка: перспективы и риски эмиссии // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2020. №2.

Цифровая валюта центральных банков: мировой опыт [Электронный ресурс] // Эконс: информ. портал. – Электрон. дан. - URL: <https://econs.online/articles/regulirovanie/tsifrovaya-valyuta-tsentralnykh-bankov-mirovoy-opyt/> (Дата обращения: 20.03.2021).

---

#### Central bank digital currencies. benefits and risks

© Gimelshtein E., Godvan D., 2021

After the rapid growth in the popularity of cryptocurrencies, it became obvious that the digitalization of the currency sector is inevitable. The possibility of widespread use of classic cryptocurrencies (bitcoin, ether, etc.) still raises doubts. However, many governments are already developing an alternative — the so-called digital currencies of central banks. The advantages and possible risks of «digitalization» of national currencies are considered in this paper.

*Keywords:* central bank digital currency, cryptocurrencies, bitcoin, digital ruble

© Гимельштейн Е. А., Годван Д. Ф., Стецкая Д. В., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутска

Вопрос мотивации персонала является одним из самых актуальных в современном мире. Однако недостаточное внимание данной проблеме влечет за собой неудовлетворенность работников в компании и, как следствие, низкую результативность всей организации. Компания «Easy school» является примером организации с продуманной системой мотивации. Именно она и изучена в данной работе.

*Ключевые слова:* мотивация, персонал, методы, easy school

Одна из самых важных вещей, способствующих эффективной работе персонала — мотивация. Тема мотивации персонала актуальна и требует постоянного изучения, так как потребности у людей постоянно меняются. Образовательный центр «Easy School» является одним из крупнейших центров области с большим штатом сотрудников, система мотивации которой проанализирована в течении нескольких месяцев.

Для того, чтобы начать изучать систему мотивации в Easy School, была проанализирована деятельность компании. Компания является франшизой, которая функционирует на протяжении 20 лет, на данный момент имеет 11 образовательных центров в разных городах России. Численность компании достигает до 300 человек. Основными конкурентами являются такие языковые школы как: «А-В-С» и «Big Ben». Самый первый филиал был расположен в городе Иркутск, основателем школы является Рик Уолкер. Основным видом деятельности являются курсы иностранных языков. Однако, особенно за последние 5 лет, компания значительно расширила спектр предоставляемых услуг и ввела такие курсы как: «школа робототехники», «школа фотографии», «начальная школа», «центр раннего развития» и другие [1].

Рассматривая данную компанию, очень важно отметить, что она позиционирует себя как бирюзовую. Компания не ставит во главу угла финансовый результат, владелец компании не рассматривает её как бизнес. Особенностью этой организации является то, что работниками движет «идея» — они нацелены на результат повышения образовательного уровня в городах. Прорабатывая усовершенствование системы мотивации, нужно учесть, что мы рассматриваем сеть филиалов, находящихся в городе Иркутск.

По результатам проведенного исследования мы пришли к тому, что, нематериальные мотивационные факторы превышают материальную заинтересованность. Главными мотивирующими факторами для сотрудников «Easy School» являются отнюдь не финансы, а такие потребности, как: осмысленность/содержание работы, продвижение

по карьерной лестнице, достижение личного успеха, хорошие отношения с коллегами и руководством, коллективные мероприятия, приводящие к сплочению команды. Рассматривая факторы конкурентоспособности организации, можно утверждать, что система материальной и нематериальной мотивации во многом определяет, как общее настроение сотрудников, так и дальнейшее развитие компании.

Для полноценного анализа мотивационной системы компании «Easy School», были сопоставлены реальные методы организации и классические теории мотивации. Уже косвенно была рассмотрена теория поколений, где был сделан вывод, что акцент делается на теории Х. Говоря о теории МакКеланда, где основными компонентами считаются: власть, соучастие и достижение, можно прийти к мнению, что в рассматриваемой компании больше задействованы два последних компонента и их коллаборации. Это обусловливается стремлением языковой школы к достижению «бирюзового цвета» в организационной структуре своего правления. По процессуальным теориям мы пришли к выводу, что соревновательный процесс в работе школы практически не требуется. Поэтому из теории Адамса возьмем только концепт справедливости. Это включает в себя новые компании (двуязычный детский сад, частная начальная школа), которые основаны на принципах и ценностях основной организации. Компания имеет достаточное количество менеджеров на каждом этапе управления и передачи информации. Это позволяет основателю организации отойти от процесса и сосредоточиться на разработке дальнейших стратегий и создании новых идей. Организация соблюдает баланс между самоконтролем и гибкостью [2].

Однако мы пришли к выводу, что руководителю «Easy School» необходимо быть более внимательным к своим сотрудникам, прислушиваться к их нуждам, чтобы обеспечить влияние мотивационных факторов на повышение производительности труда и в дальнейшем. Это поможет установить в коллективе совершенный социально-нравственный климат, который будет

способствовать наибольшему удовлетворению от своего труда.

Можно сделать вывод, что нематериальная мотивация — это основной метод для «Easy School». Это связано с тем, что в организации достаточно высокие заработные планы, что позволяет сотрудникам поддерживать высокий уровень жизни и одновременно развиваться в рамках различных ответственностей и обязанностей в школе, постоянно создавать новые интересные события. ■

---

1. Основатель Easy School: Работать для получения денег — это банально и скучно [Электронный ресурс]// irkutskMedia: справ.-информ. портал. — Электрон. Дан. — Ирк., 2016. — URL: <https://irkutskmedia.ru/news/551087/?from=50> (Дата обращения: 01.03.21)

2. Виды мотивации [Электронный ресурс]// InfoManagement: справ.-информ. портал. — Электрон. Дан. — М., 2010. — URL: [http://infomanagement.ru/lekcija/Vidi\\_motivacii](http://infomanagement.ru/lekcija/Vidi_motivacii) (Дата обращения: 01.13.2021)

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Виды мотивации [Электронный ресурс]// InfoManagement: справ.-информ. портал. — Электрон. Дан. — М., 2010. — URL: [http://infomanagement.ru/lekcija/Vidi\\_motivacii](http://infomanagement.ru/lekcija/Vidi_motivacii) (Дата обращения: 01.03.2021)

Основатель Easy School: Работать для получения денег — это банально и скучно [Электронный ресурс]// irkutskMedia: справ.-информ. портал. — Электрон. Дан. — Ирк., 2016. — URL: <https://irkutskmedia.ru/news/551087/?from=50> (Дата обращения: 01.03.2021)

---

### Company motivation system on the example of «Easy School»

© Gimelshtein E., Godvan D. Stetskaya D., 2021

The issue of personnel motivation is one of the most urgent in the modern world. However, insufficient attention to this problem entails dissatisfaction of employees in the company and, as a result, low performance of the entire organization. Easy school is an example of an organization with a well-thought-out motivation system. It is she who is studied in this work.

*Keywords:* motivation, staff, methods, Easy School

---

УДК 338.012

## СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ

© Грошева Е. К., Начаркин М. А., Чуприна А. Д., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье рассматривается ряд вопросов, связанных с управлением проектами, а именно: 4 вида индустриализаций и какие методологии управления проектами возникли при каждом из видов; как индустрия 4.0. повлияла на современные методы управления проектами (переход к смешанным или гибридным методологиям). Кроме того, в статье рассматриваются и характеризуются основные тренды проектного управления, а именно: влияние технологий, удаленная работа, индивидуальный подход к каждому проекту, усложнение роли менеджера как управляющего проектом.

*Ключевые слова:* управление проектами, тренды, диджитализация, устойчивое развитие

Управление проектами, как самостоятельная бизнес-дисциплина, стремительно развивается: все чаще организации по всему миру применяют проектный подход для реализации своих целей и задач в сфере бизнеса, адаптируя свои внутренние стандарты под разные методики управления проектами (например, под agile). Однако в то же время происходит и обратный процесс — организации и внешняя среда меняют сами методики управления процессами таким образом, чтобы они соответствовали будущим запросам организаций и общества.

Процесс влияния проектного управления на общество можно отследить. Рассмотрим, в качестве примера, четыре промышленные революции [1]:

- индустрия 1.0, период с 1785 года до 1870 года — появление механизации и мануфактур;

- индустрия 2.0, период с 1870 по 1970 год — электричество, массовое производство; зарождение

и появление основных негибких методик проектного управления: диаграмма Ганта, PERT, СРМ;

- индустрия 3.0, период с 1970 по 2000 год — автоматизация, ИТ; дальнейшее усовершенствование методик проектного управления — PRINCE, SCRUM;

- индустрия 4.0, период с 2000 года по настоящее время — стремление к полной автоматизации, «умное производство», большие данные и искусственный интеллект; появление и развитие гибких методологий, появление принципов Agile.

Как можно увидеть, каждая индустрия так или иначе формировала общество и его уклад. Однако проектное управление, как уже было сказано, стремительно меняется; это приводит к необходимости выявить и рассмотреть те тренды,

которые будут оказывать существенное влияние на управление проектами в обозримом будущем.

К таким трендам можно отнести следующее [2]:

- влияние технологических разработок на управление проектами;
- требование внедрения устойчивых практик в дисциплину управления проектами;
- индивидуальные гибридные подходы, адаптированные к уникальной проектной среде;
- растущий спрос на менеджеров проектов, но также растущие требования к роли этой роли;
- разнообразные глобально рассредоточенные проектные команды, работающие удаленно;
- новые требования к навыкам руководителя проекта и членов команды.

Рассмотрим каждый из трендов в отдельности.

Первый тренд — это, конечно же, тренд на диджитализацию всего цикла управления проектом: от начала проекта (планирования), до его выполнения и завершения. В связи с этим, проектное управление начнем интегрировать в себя такие инструменты как искусственный интеллект (AI), машинное обучение, большие данные и их обработку, блокчейн и облачные технологии [3]. Основные задачи всех вышеназванных инструментов следующие: снизить производственные риски, увеличить общую долю контроля над каждым из этапов реализации проекта, обеспечить лучшее управление ресурсами внутри производственных процессов, а также добиться высокого уровня автоматизации как производства, так и принятия решений (или по крайней мере, сильно облегчить принятие решений при помощи больших данных и предикативной аналитики).

Второй тренд — тренд на внедрение устойчивых практик — частично происходит из целей устойчивого развития ООН, которые охватывают такие сферы как [4]:

- достойная работа и экономический рост (цель номер 8);
- индустриализация и инновация (цель номер 9);
- ответственное производство и потребление (цель номер 12);
- партнерство в интересах устойчивого развития (цель номер 17).

Третий тренд — важность индивидуального подхода для каждого проекта. Он состоит в том, что гибкость проекта, возможность быстро подстраиваться под изменяющиеся требования заказчика гораздо важнее чем строгие международные стандарты. Проекты в условиях неопределенности (причем это проекты не только в IT сфере) зачастую совмещают классический водопадный подход и методы agile, образуя так называемые гибридные подходы, из-за чего возрастают требования, которые заказчики предъявляют руководителям и командам, работающим в условиях высокой неопределенности окружающей среды (тренд номер 4) — это и

увеличение важности как твердых, так и мягких навыков, а также возрастание важности знания IT (например, необходимы будут знания в области дата-аналитики, автоматизации, машинного обучения).

Все это в совокупности приводит к тому, что IT проникнет практически во все сферы производства и управления проектами, а также повлияет на новые роли менеджеров как в компаниях, так и в проектах; например, появятся следующие роли:

- стратегический советник — менеджеры проектов, которые занимаются планированием проектов в соответствии со стратегией компании, а также контролируют выполнение таких проектов;
- новатор — менеджеры проектов, которые будут выступать в роли разработчиков и владельцев продуктов (для гибких методик);
- коммуникатор;
- универсальный менеджер — менеджер, который будет совмещать различные методики (например, водопад, гибкое управление проектами, бережливое производство) в одну гибридную методику под конкретный проект.

Следующий тренд касается возникновения и популяризации удаленной работы. Удаленная работа для компаний — это способ экономии как на сотрудниках (тем, кто работает удаленно, можно платить меньше), так и на производственных помещениях (например, компании могут арендовать меньшее здание при прежнем количестве сотрудников). Кроме того, некий запрос на дистанционную работу есть и со стороны самих людей [5]: 1 из 4 американцев продолжит работать удаленно; схожая статистика наблюдается и в других странах. Это приводит к тому, что современные методы управления проектами должны учитывать таких людей, а также должны разрабатывать новые средства контроля и коммуникации, чтобы выполнять проекты в соответствующие сроки.

Таким образом, глобализация, диджитализация и индустрия 4.0. изменили стандартный подход к управлению проектами: вместо использования какого-либо одного метода, происходит смешение гибких и классических методик, что, в перспективе, позволяет повысить качество выполнения проектов из-за индивидуального подхода. ■

---

1. Про 4 промышленных революции проще, чем в учебниках. – Текст: электронный // VC.ru : [сайт]. – URL: <https://vc.ru/tech/159106-pro-4-promyshlennyh-revolyucii-proshche-chem-v-uchebnikah-sohranyayte-dlya-shkolnikov> (Дата обращения: 10.05.2021).

2. Project Management Trends and New Challenges 2020+. – Текст : электронный // ResearchGate : [сайт].– URL: [https://www.researchgate.net/publication/340387660\\_Project\\_Management\\_Trends\\_and\\_New\\_Challenges\\_2020](https://www.researchgate.net/publication/340387660_Project_Management_Trends_and_New_Challenges_2020) (Дата обращения: 10.05.2021).

3. Recent trends in the digital economy. – Текст : электронный // UN-Library : [сайт].– URL: <https://www.un->

ilibrary.org/content/books/9789210042161c007/read (Дата обращения: 10.04.2021).

4. Цели в области устойчивого развития. – Текст : электронный // UN.org : [сайт].– URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/> (Дата обращения: 08.05.2021).

5. 1 in 4 Americans will be working remotely in 2021, Upwork survey reveals. – Текст : электронный // CNBC : [сайт].– URL: <https://www.cnn.com/2020/12/15/one-in-four-americans-will-be-working-remotely-in-2021-survey.html> (Дата обращения: 03.05.2021).

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1 in 4 Americans will be working remotely in 2021, Upwork survey reveals. – Текст : электронный // CNBC : [сайт].– URL: <https://www.cnn.com/2020/12/15/one-in-four-americans-will-be-working-remotely-in-2021-survey.html> (Дата обращения: 03.05.2021).

Project Management Trends and New Challenges 2020+. – Текст : электронный // ResearchGate : [сайт].– URL: [https://www.researchgate.net/publication/340387660\\_Project\\_Management\\_Trends\\_and\\_New\\_Challenges\\_2020](https://www.researchgate.net/publication/340387660_Project_Management_Trends_and_New_Challenges_2020) (Дата обращения: 10.05.2021).

Recent trends in the digital economy. – Текст : электронный // UN-Library : [сайт].– URL: <https://www.un->

ilibrary.org/content/books/9789210042161c007/read (Дата обращения: 10.04.2021).

Про 4 промышленных революции проще, чем в учебниках. – Текст: электронный // VC.ru : [сайт]. – URL: <https://vc.ru/tech/159106-pro-4-promyshlennyh-revolyucii-proshche-chem-v-uchebnikah-sohranyaytedlya-shkolnikov> (Дата обращения: 10.05.2021).

Цели в области устойчивого развития. – Текст : электронный // UN.org : [сайт].– URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/> (Дата обращения: 08.05.2021).

### Modern trends in project management

© Grosheva E., Nacharkin M., Chuprina A., 2021

The article discusses a number of issues related to project management, namely: 4 types of industrializations and what project management methodologies have arisen for each of the types; how an industry 4.0. influenced modern project management methods (transition to mixed or hybrid methodologies). In addition, the article examines and characterizes the main trends in project management, namely: the impact of technology, remote work, an individual approach to each project, the complication of the role of a manager as a project manager.

*Keywords:* project management, trends, digitalization, sustainable development

УДК 338.12

## ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ В МИРЕ И В РОССИИ

© Грошева Е. К., Начаркин М. А., Чуприна А. Д., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье рассматриваются основные четыре этапа развития проектного управления в мире, а именно: период до 1960 года, 1960–1980, 1980–1995, период с 1995 года по настоящее время. В рамках этих периодов изучаются основные подходы к управлению проектами (например, SCRUM, CPM), рассматриваются основные особенности этих методов, а также приводятся характерные примеры, в рамках которых были применены эти методы. Кроме того, статья рассматривает этапы развития проектного управления в России: советский и современный этапы, а также дается характеристика той культуры управления, которая сложилась в настоящее время в организациях, и которая оказывает существенное влияние на применяемые модели управления проектами.

*Ключевые слова:* проектное управление, история проектного управления, agile, SCRUM, диаграмма Ганта, CPM

По сравнению с 20 веком, когда проектное управление только создавалось, современный мир стал гораздо сложнее — значительно вырос уровень конкуренции на всех рынках из-за глобализации и распространения интернета; покупатели требуют все более персонализированный продукт, а также предъявляют все возрастающие требования к гибкости производства продуктов и услуг (например, заказчикам важно иметь возможность добавлять или менять уже имеющийся функционал).

В связи с этим логично рассмотреть сам процесс формирования современных подходов к управлению проектами и их предшественников.

Историю развития проектного управления можно разделить на четыре основных этапа [1]:

- до 1960 года;
- период с 1960 по 1980 год;
- период с 1980 по 1995 год;
- период с 1995 года по настоящее время.

Первый период характеризуется глобальным смещением акцента планирования на управление человеческими ресурсами и людьми; в этот же период происходит активное развитие транспортных систем и систем связи, что,

соответственно, повысило скорость коммуникаций и скорость выполнения различных проектов. К этому же времени относится и появление диаграммы Ганта как средства планирования и контроля проектов. Это позволило начать и завершить такие известные проекты того времени как дамба Гувера и Манхэттенский проект (разработка ядерного оружия).

Преимущества диаграммы Ганта сыграли в этих процессах далеко не последнюю роль: этот метод позволяет легко визуализировать задачи и подзадачи, четко очерчивает рамки и сроки проекта, позволяет легко проводить оценку степени готовности проекта [2]. В то же время, диаграмма Ганта обладает рядом недостатков, которые привели к появлению более совершенных методов управления, а именно: сложно указать зависимость задач друг от друга, общая негибкость процессов, сложности с отображением ресурсоемкости того или иного этапа работы.

В период с 1960 года по 1980 происходит дальнейшее усовершенствование технологий (например, появляются первые персональные компьютеры, копировальные аппараты) и усложнение процессов, которое выразилось в появлении PERT и CPM (метод критического пути) соответственно.

Начнем с PERT, техники или метода оценки и анализа проектов. PERT применяется для планирования и контроля затрат, работы в условиях неопределенности; в основном этот метод предназначен для инновационных проектов [3]. Суть PERT состоит в том, что каждый этап проекта рисуется на общем графике проекта с учетом предшествующих и будущих задач, что позволяет оценить возможные минимальные и вероятные сроки завершения проекта. В качестве успешного примера использования PERT можно привести в пример разработку баллистических ракет для подводных лодок — Polaris.

Второй важный инструмент этого временного периода — CPM или метод критического пути. В отличие от PERT, CPM сфокусирован не на уменьшении времени выполнения проекта, а на сокращении его стоимости [4]. В рамках этого процесса происходит анализ всех этапов проекта, выявление связей между ними; происходит выявление самого длинного «пути», который и будет определять срок выполнения проекта; затем происходит поиск вариантов, которые могут сократить время, которое тратится на самый длинный путь, и, таким образом, сократить общие затраты на проект (оптимизировав время и сам процесс выполнения работы).

Кроме того, к этому же времени относится и формирование как IPMA — Международной Ассоциации Управления Проектами, так и PMI — Института Управления Проектами.

Третий этап — 1980–1995 год, в котором значение персональных компьютеров возросло еще больше. Появились большие вычислительные

мощности, и сложность реализуемых проектов начала возрастать в геометрической прогрессии. Этот этап отмечен ТОС — методом теории ограничений, который как метод являлся усовершенствованием CPM, а также появлением Scrum.

Теория ограничений Э. Голдратта рассматривает 3 вида ограничений [5]: ограничение мощности, ограничение объема рынка, ограничение времени, которые впоследствии анализируются на предмет максимизации. После такого анализа происходит переподчинение остальных элементов системы под «бутылочное горлышко» производства.

Agile, о котором речь будет идти далее, и Scrum частично взаимосвязаны между собой, однако agile — это общий способ организации работ (который описан в «Манифесте Agile»), а scrum — непосредственно метод управления проектами. Scrum кардинально отличается от вышеназванных методов тем, что он переносит фокус реализации проекта со всей организации на небольшие группы, которые за «спринт» (определенное небольшое количество дней) работают над частью проекта. Scrum позволяет команде быстро адаптировать проект под изменения требований заказчика (что особенно важно для IT).

Последний этап (с 1995 года по настоящее время) характеризуется дальнейшим развитием идей предыдущего этапа, например, это развитие методологии PRINCE до PRINCE2, появление новых методов agile (например, канбан для IT проектов), появление самого «Манифеста Agile». Кроме того, появился и такой метод управления проектами, как CCTP — метод критической цепи, который является комбинацией ТОС и PERT.

Дальнейшие перспективы развития управления таковы, что будет наблюдаться еще больший уход в автоматизацию процессов, а также будут активно появляться и адаптироваться под современные реалии все методы управления проектами — будет наблюдаться увеличение значимости agile-подхода: это и окончательное переориентирование на нужды клиента, и упрощение организационных структур, работа короткими циклами, а также повышение полномочий сотрудников в контексте гуманистического подхода к организации.

Управление проектами в России развивалось очень неравномерно: был период императорской России, в котором управление проектами, по своей сути, не осуществлялось — в этом не было необходимости из-за отсутствия конкуренции на рынках (так как гораздо важнее была не эффективность завода, а знакомство с важными чиновниками и близость к императорской семье); был период СССР, который характеризовался как своими собственными наработками (особенно начиная со второй половины 20 века), так и улучшением западных наработок, однако направленность этих разработок была далеко не рыночная, а, скорее, отраслевая (из-за плановой экономики).



Кратко обозначим основные этапы формирования советской школы управления проектами, а именно [6]:

- период с 1930 по 1960-е годы — формирование истоков управления проектами;
- период с 1960 по 1970 — сетевые методы;
- период с 1965 по 1975 (параллельно прошлому этапу) — появление программных средств управления проектами;
- период с 1970 по 1980 — многопроектное управление;
- период с 1980 по 1990 — интегрированные системы.

Таким образом, после распада СССР, в России не было никаких разработок или примеров применения рыночного управления проектами, хотя запрос на такие методы уже был. Это привело к созданию СОВНЕТ — ассоциация управления проектами, перед которой стоял ряд задач, а именно: содействовать развитию проджект-менеджмента в России, заниматься подготовкой соответствующих кадров, заниматься адаптацией западного опыта.

Учреждение СОВНЕТ прямо и косвенно привело к тому, что, пусть и медленно, но проектное управление в России начало развиваться как на частном, так и на государственном уровне. В качестве примера перечислим некоторые этапы проектного развития в России сейчас [7]:

- в 2005 году происходит инициация первых национальных проектов;
- олимпиада 2014 года — пример применения принципов проектного управления;
- с 2010 происходит освоение региональными органами власти принципов управления проектами;
- с 2011 происходит выпуск стандартов (например, ГОСТ Р ИСО 21500-2014);
- в 2016 году создается Совет по стратегическому развитию и приоритетным проектам.

В заключение необходимо также сказать о тех причинах, которые тормозили развитие проектного управления в России (начиная в период с 1990 года). Помимо отсутствия, как уже было сказано ранее, практического опыта, на медленное внедрение новых методов управления проектами также повлияло следующее: недостаточный уровень мотивации как сотрудников, так и руководителей, отсутствие заинтересованности в новых методах общий низкий уровень культуры управления в России. ■

1. The History Of Project Management. – Текст : электронный // ResearchGate : [сайт]. – URL: [https://www.researchgate.net/publication/298341808\\_The\\_History\\_Of\\_Project\\_Management](https://www.researchgate.net/publication/298341808_The_History_Of_Project_Management) (Дата обращения: 10.05.2021).

2. Advantages & Disadvantages of Gantt Charts. – Текст : электронный // AnalysisTab : [сайт]. – URL: <https://analysistabs.com/gantt-chart/advantages-disadvantages/#:~:text=The%20main%20benefits%20of%20>

Gantt,Preparing%20and%20Managing%20the%20Chart (Дата обращения: 22.04.2021).

3. Difference Between PERT and CPM. – Текст : электронный // Key Differences : [сайт]. – URL: <https://keydifferences.com/difference-between-pert-and-cpm.html#:~:text=PERT%20is%20a%20technique%20of,to%20control%20costs%20and%20time.&text=PERT%20technique%20is%20best%20suited,CPM%20deals%20with%20predictable%20activities> (Дата обращения: 22.04.2021).

4. The ABCs of the Critical Path Method. – Текст : электронный // Harvard Business Review : [сайт]. – URL: <https://hbr.org/1963/09/the-abcs-of-the-critical-path-method> (Дата обращения: 22.05.2021).

5. Теория ограничений. – Текст : электронный // Управление производством : [сайт]. – URL: <http://www.uppro.ru/encyclopedia/theory-of-constraints.html> (Дата обращения: 22.03.2021).

6. Воропаев, В. И. Управление проектами в России / В. И. Воропаев. - Москва : Альянс, 1995. – 225 с. – 3000 экз. – ISBN 5-87115-010-1. – Текст : непосредственный.

7. Проектный подход в государственном управлении. – Текст : электронный // Российский Экспортный Центр : [сайт]. – URL: <https://www.exportcenter.ru/company/international-cooperation/project/> (Дата обращения: 22.04.2021).

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Advantages & Disadvantages of Gantt Charts. – Текст : электронный // AnalysisTab : [сайт]. – URL: <https://analysistabs.com/gantt-chart/advantages-disadvantages/#:~:text=The%20main%20benefits%20of%20Gantt,Preparing%20and%20Managing%20the%20Chart> (Дата обращения: 22.04.2021).

Difference Between PERT and CPM. – Текст : электронный // Key Differences : [сайт]. – URL: <https://keydifferences.com/difference-between-pert-and-cpm.html#:~:text=PERT%20is%20a%20technique%20of,to%20control%20costs%20and%20time.&text=PERT%20technique%20is%20best%20suited,CPM%20deals%20with%20predictable%20activities> (Дата обращения: 22.04.2021).

The ABCs of the Critical Path Method. – Текст : электронный // Harvard Business Review : [сайт]. – URL: <https://hbr.org/1963/09/the-abcs-of-the-critical-path-method> (Дата обращения: 22.05.2021).

The History Of Project Management. – Текст : электронный // ResearchGate : [сайт]. – URL: [https://www.researchgate.net/publication/298341808\\_The\\_History\\_Of\\_Project\\_Management](https://www.researchgate.net/publication/298341808_The_History_Of_Project_Management) (Дата обращения: 10.05.2021).

Воропаев, В. И. Управление проектами в России / В. И. Воропаев. - Москва : Альянс, 1995. – 225 с. – 3000 экз. – ISBN 5-87115-010-1. – Текст : непосредственный.

Проектный подход в государственном управлении. – Текст : электронный // Российский Экспортный Центр : [сайт]. – URL: <https://www.exportcenter.ru/company/international-cooperation/project/> (Дата обращения: 22.04.2021).

Теория ограничений. – Текст : электронный // Управление производством : [сайт]. – URL: <http://www.uppro.ru/encyclopedia/theory-of-constraints.html> (Дата обращения: 22.03.2021).

## History of project management development in the world and in Russia

© Grosheva E., Nacharkin M., Chuprina D., 2021

The article examines four main stages in the development of project management in the world, namely: the period up to

1960, 1960–1980, 1980–1995, the period from 1995 to the present time. Within these periods, the main approaches to project management (for example, SCRUM, CPM) are studied, the main features of these methods are considered, and typical examples of some projects are given. Also, the article examines the main stages of development of project management in Russia: the Soviet and modern stages, as well as a description of the management culture that has developed in organizations today, and which has a significant impact on the applied project management models.

*Keywords:* project management, history of project management, agile, SCRUM, Gantt chart, CPM

УДК 330.1

## О ФОРМИРОВАНИИ ФУНДАМЕНТАЛЬНОЙ НАУКИ: ОТ НАУЧНОГО ПОИСКА ДО МИРОВОГО ПРИЗНАНИЯ НА ПРИМЕРЕ НОБЕЛЕВСКОГО ПРЕМИИ

© Грошева Е. К., Грошева Н. Б., Салтыкова Ю. А., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье представлен анализ периодов научных исследований, результатом которых стало мировое признание самой престижной премией мира — Нобелевской. В ходе анализа выявляются тенденции, показывающие, что для определенной отрасли науки выявляются свои временные интервалы исследований, и для экономических наук он является самым продолжительным на разных временных отрезках.

*Ключевые слова:* Нобелевская премия, сроки исследования, мировое признание научных результатов

Самый лучший способ познание истины — это научные открытия, а именно установление и подтверждение закономерностей естественного мира. Безусловно, это и является одной из главных задач фундаментальной науки. Признание результатов научной работы открытием имеет большое значение для дальнейшего развития науки, а также для её авторов. Самым престижным и знаменитым признанием является Нобелевская премия — награда для выдающихся деятелей науки, культуры, политики.

Отличительной ее особенностью является то, что присуждение осуществляется тому, кто своими научными результатами «принесет человечеству величайшую пользу» согласно завещанию, А. Нобеля [1], т.е. дает народно-хозяйственный практический эффект, а не теоретическую науку. Несмотря на то, что размер вознаграждения ее лауреата является не самым большим среди других научных премий, она является символом мирового признания. Для сравнения, сумма премии А. Нобеля составляет 1 млн. долл. (в 2020 г. сумма премия составила 10 млн. швед.крон, что в пересчете по курсу составляет около 1 млн.долл.), а вознаграждение Премии Мильнера — 3 млн. долл. Кроме того, мировой рейтинг репутации университетов выстраивается в том числе и на критерии числа обладателей Нобелевской премии.

Путь познания истины трудный. Наука, которая постоянно прогрессирует, требует сложных экспериментов с большим числом опытов, проведенных с привлечением значительного научного коллектива, подтверждающих

полученные результаты. Это представляет научный интерес нашего исследования, объектом которого является период времени, который был потрачен учеными с момента исследования до мирового уровня признания Нобелевским комитетом.

В качестве анализируемых данных были выбраны не все номинируемые сферы, а только по медицине или физиологии, физике и экономическим наукам, что на наш взгляд, отличаются по своей научной природе временным и структурным характером исследования. Следует отметить, согласно данным официального сайта Нобелевского комитета, «Премия по экономическим наукам не является Нобелевской премией. В 1968 г. Sveriges Riksbank (центральный банк Швеции) учредил «Премиию Sveriges Riksbank в области экономических наук памяти Альфреда Нобеля», и с тех пор она была присуждена Шведской королевской академией наук в соответствии с теми же принципами, что и Нобелевские премии, вручаются с 1901 г.» [2].

Для объективности полученных выводов, в исследуемой информации отчетным годом был выбран 1990 г., поскольку только с 1990 г. в публикуемых нобелевским комитетом материалах «scientific background» (англ. научное обоснование), «press release» (англ. сообщение для печати) по указанных областям науки имеются сведения, относящиеся к фиксации года, с которого начались изыскания ученых в своих работах.

Анализ полученных данных позволяет сформулировать некоторые выводы.

Медианные значения временной дельты с 1990 г. по 2020 г. вручения Нобелевской премии по экономическим наукам составляет 31 лет, по медицине и физиологии 26 лет, по физике 30 лет (Таблица 1). Несмотря на то, что для естественных наук значительный научный результат, как правило,

имеет вневременной характер или по крайней мере, долговременный, поскольку значимость открытия должна быть понятна, мы наблюдаем, что в экономике признания полученных открытий требует больше времени, чем для естественных наук.

Таблица 1. Медианные значения временной дельты вручения Нобелевской премии в период с 1990–2020 гг., лет

| Область науки         | 1990–2020 гг. | 2010–2020 гг. | 2000–2009 гг. | 1990–1999 гг. |
|-----------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Экономические науки   | 31            | 35            | 32            | 26            |
| Медицина и физиология | 26            | 37            | 23            | 18            |
| Физика                | 30            | 32            | 29,5          | 27            |

В отличие от физики, химии и других естественных наук, экономика, связанная с развитием общества, пробуждает новые экономические процессы и отношения, предусматривающие определённые закономерности, вытекающие в новые гипотезы и теоретические обоснования. Несмотря на полученные результаты, свидетельствующие о самой долгосрочной среднестатистической величине временной дельты по экономическим наукам в 31 год, особенность экономики, заключается в наличии недолговременного «жизненного цикла» собственных конструкций и результатов. Объясняется это тем, что развитие человеческого общества, динамика научно-технического прогресса порождают новые экономические процессы и отношения, которые предусматривают свои закономерности, идеи, гипотезы, формирующие новые теоретические обоснования. Считавшиеся долгое время неоспоримыми некоторые экономические исследования и результаты, со временем меняют свое содержание, т.е. могут корректироваться, дополняться и даже опровергаться. В качестве примера можно привести теорию Филлипса, где графически отображается зависимость между уровнем инфляции и уровнем безработицы в виде кривой. Однако лишь десятилетие спустя от

доказанной связи между этими показателями до 1960 г., было установлено, благодаря фундаментальному анализу Эдмунда Фелпса, что темп инфляции определяется не только уровнем безработицы, но и инфляционными ожиданиями [3], что послужило Фелпсу основанием для дальнейших исследований в макроэкономике и удостоивания Нобелевской премии в 2006 г.

Еще одной особенностью экономических исследований является то, основанием для построения теории служат произошедшие события. Проблемная черта экономической науки заключается в объяснении причин негативных социально-экономических явлений, что говорит о запаздывающем характере экономических исследований, увеличивая период признания научных достижений.

Несмотря на рост и развитие продуктов научно-технического прогресса, позволяющих ускорить и облегчить получение научных результатов, в отличие от более полувека назад, временная дельта во всех исследуемых науках от начала исследования до присуждения прирастает, о чем свидетельствуют линии тренда на Рисунках 1,2,3. Особенно прогрессивный скачок наблюдается в области медицины и физиологии, где 18 лет составляло среднее значение в период 1990–1999 гг., а период в 2010–2020 гг. — уже 37 лет. (Таблице 1).



Рис.1 Временная дельта вручения Нобелевской премии по экономическим наукам в период с 1990 по 2020 гг.



Рис. 2 Временная дельта вручения Нобелевской премии по медицине и физиологии в период с 1990 по 2020 гг.

Необходимо отметить, что в начале XX в. Нобелевские премии присуждались гораздо быстрее, чем на протяжении последних трех десятилетий. Об этом свидетельствуют данные сводного отчета о нобелевских лауреатах по физике в период с 1901 г по 2000 гг. [4]. Так, например, в 1901 г. в Вильгельм Рентген был удостоен премией за открытие рентгеновских лучей в 1895 г. Открытие радиоактивности Антуаном Анри Беккерелем в 1896 г. и продолжение изучения природы этого излучения Мари и Пьером Кюри

была отмечена Нобелевским комитетом в 1903 г. Джозеф Дж. Томсон в 1897 г. начал работу, в которой идентифицировал носители электрического заряда, а в 1906 г. получил премию в знак признания его теоретических и экспериментальных исследований, посвящённых проводимости электричества газами. В 1912 г. Роберт А. Милликен провел первое прецизионное измерение заряда электрона капельным методом, в результате чего в 1923 г. ему была присуждена премия.

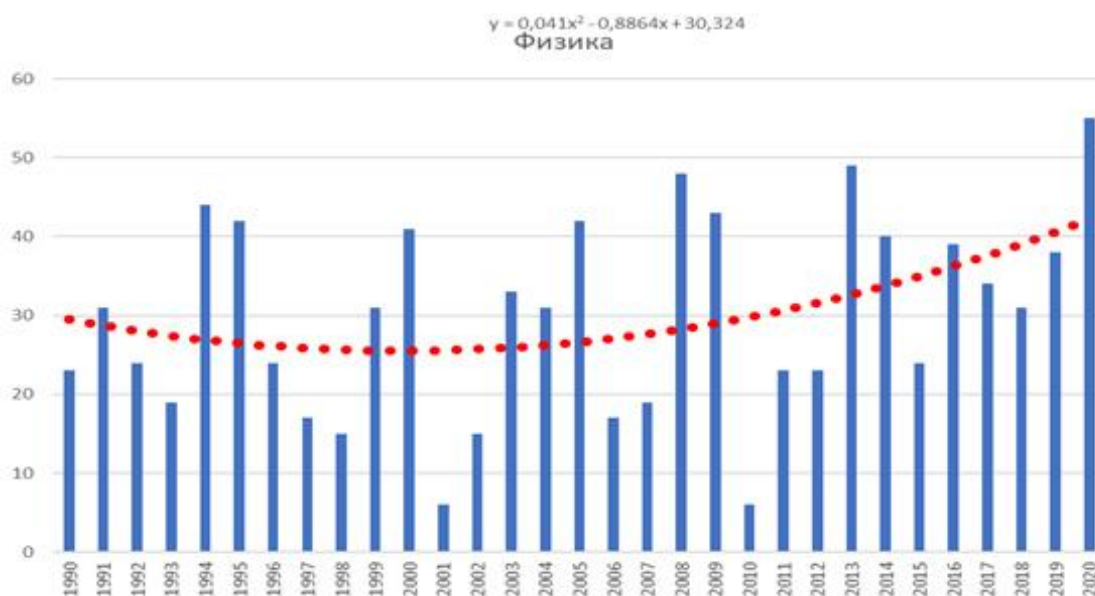


Рис. 3 Временная дельта вручения Нобелевской премии по физике в период с 1990 по 2020 гг.

Подобной скоростью мирового признания фундаментальных открытий может только отличаться 2010 г., когда К. Новоселов и А. Гейм в 2004 г. случайным образом получили совершенно новый материал графен, как форму углерода, имеющий огромные перспективы во многих отрасли науки и практики.

Тем не менее, за прошедшие 50 лет, научные открытия проходили внушительные период зрелости, что подтверждает неопровержимость полученных результатов и значимость для человечества. Среди них жизненно важных открытий в медицине и физиологии, способствующих значительному прорыву в лечении, можно отметить метод магнитно-резонансной томографии, авторами которого являются Лаутербур и П. Мэнсфилд, получившие премию в 2003 г. Начав свои эксперименты еще в 1970-х гг. они применили его на практике десять лет спустя. Первое медицинское оборудование для МРТ было доступно в начале 1980-х гг. В 2002 г. во всем мире использовалось около 22 000 МРТ-камер, и было выполнено более 60 миллионов МРТ-исследований [5]. Таким образом более 30 лет прошло с момента первых изысканий до мирового признания.

Среди локомотивов развития медицины и науки в целом можно выделить Р.Дж. Эдвардс, получившего премию в 2010 г. за разработку метода экстракорпорального оплодотворения (ЭКО), признанного на сегодня в мире методом терапии бесплодия. Эдвардс начал свои фундаментальные исследования биологии оплодотворения в 1950-х гг., а в 1978 г. дал начало новой эре в медицине, когда родился первый в мире ребенок, зачатый с помощью ЭКО. ■

1. Последняя воля и завещание Нобеля [Электронный ресурс].NobelPrize.org.–URL: <https://www.nobelprize.org/alfred-nobel> (Дата обращения 22.01.2021). – Текст: электронный;

2. Выдвижение и отбор лауреатов по экономическим наукам. [Электронный ресурс]. NobelPrize.org. URL: <https://www.nobelprize.org/nomination/economic-sciences/> (Дата обращения 22.02.2021). - Текст : электронный.

3. Премия Sveriges Riksbank в области экономических наук памяти Альфреда Нобеля, 2006 г. [Электронный ресурс]. NobelPrize.org. URL: <https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/2006/summary/> (Дата обращения 22.01.2021) - Текст : электронный.

4. Нобелевская премия по физике 1901-2000 гг. [Электронный ресурс].NobelPrize.org. URL: <https://www.nobelprize.org/prizes/themes/the-nobel-> (Дата обращения 1.02.2021). - Текст : электронный.

5. Нобелевская премия по физиологии и медицине 2003 г. [Электронный ресурс]. NobelPrize.org. URL: <https://www.nobelprize.org/prizes/medicine/2003/summary/> (Дата обращения 2.02.2021). - Текст : электронный.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Выдвижение и отбор лауреатов по экономическим наукам. [Электронный ресурс]. NobelPrize.org. URL: <https://www.nobelprize.org/nomination/economic-sciences/> (Дата обращения 22.02.2021). - Текст : электронный.

Нобелевская премия по физике 1901-2000 гг. [Электронный ресурс].NobelPrize.org. URL: <https://www.nobelprize.org/prizes/themes/the-nobel-> (Дата обращения 1.02.2021). - Текст : электронный.

Нобелевская премия по физиологии и медицине 2003 г. [Электронный ресурс]. NobelPrize.org. URL: <https://www.nobelprize.org/prizes/medicine/2003/summary/> (Дата обращения 2.02.2021). - Текст : электронный.

Последняя воля и завещание Нобеля [Электронный ресурс].NobelPrize.org.–URL:

<https://www.nobelprize.org/alfred-nobel> (Дата обращения 22.01.2021). – Текст: электронный;

Премия Sveriges Riksbank в области экономических наук памяти Альфреда Нобеля, 2006 г. [Электронный ресурс]. NobelPrize.org. URL: <https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/2006/summary/> (Дата обращения 22.01.2021) - Текст : электронный.

## **The formation of fundamental science: from scientific search to world recognition on the Nobel Prize for example**

© Grosheva E., Grosheva N., Salytkova Y., 2021

The article presents an analysis of scientific researches periods, it's result was the world recognition of the most prestigious world the Nobel Prize. The analysis reveals trends that show the certain branch of science has own time intervals for researches and for the economic sciences, are the longest at different time

*Keywords:* the Nobel Prize, research's period, world recognition of scientific results

УДК 338.583

## **МЕТОДЫ УЧЕТА И ОПТИМИЗАЦИИ ЗАТРАТ НА ПРЕПРИЯТИИ**

© Дикун И. Э., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

На сегодняшний день основа успешного функционирования обусловлена наличием достаточным объемом ресурсов, который позволяет предприятию совершенствовать свою деятельность, повышая, таким образом, уровень конкурентоспособности на рынке. В качестве одного из методов повышения доходов предприятия, а также в целом его эффективности деятельности рассматривается учет и оптимизация затрат. В данной статье рассматривается сущность и понятие затрат, методы их учета и оптимизации.

*Ключевые слова:* оптимизация затрат, менеджмент предприятия, учет затрат, понятие затрат, эффективность деятельности предприятия

Деятельность любого предприятия всегда сопряжена с затратами, которые оно несет в ходе своего функционирования независимо от сферы своей деятельности. Руководитель любого предприятия стремится к увеличению прибыли, выбирая различные методы ее повышения. В качестве одного из таких методов достижения цели в частых случаях рассматривается управление и оптимизация затрат предприятия.

Цель исследования. Рассмотреть методы учета затрат, а также способы их оптимизации, применяемые в России.

Результаты исследования. При не грамотной подходе к управлению затратами на предприятии, в наиболее частых случаях сокращение затрат влечет за собой снижение качества продукции, вследствие чего может образоваться обратный эффект: снижение прибыли в связи со снижением уровня удовлетворения потребителей. Именно поэтому при оптимизации затрат на предприятии важной составляющей также становится сохранение качества производимой продукции или услуги. Именно поэтому первоначально нужно рассмотреть сущность затрат, системы их учета и определиться с наиболее подходящим методом их оптимизации, без потери качественных характеристик продукции.

Затраты представляют собой стоимостное измерение ресурсов, которые необходимых для получения прибыли, либо для достижения других целей. Затраты образуются при приобретении различных товаров, которые включают в себя сырье,

оборудование и другие активы, а также при приобретении услуг других организаций, к примеру, услуг транспортных компаний, электроснабжение и т.п. [1]

Сокращение затрат на предприятии может происходить различными способами и методами. Вместе с тем, определяются сроки процессов их сокращения. Так, например, предприятие может выбрать стратегию планомерного снижения затрат для того, чтобы влияние изменений, которые понесет предприятия в ходе реализации методов отражалось в меньшей степени на прибыли организации. Также, руководство предприятия может выбрать стратегию быстрого снижения затрат, которое анализирует статьи в разрезе постоянных и переменных затрат. В данном случае рассматриваю затраты, связанные с приобретением сырья, затраты на электроэнергию, транспортные затраты и т.п. Их сокращение происходит за счет контроля за расходованием, либо за счет поиска новых поставщиков, готовых предоставить более выгодное ценовое предложение.

В то же время, предприятие может самостоятельно выбрать приоритетность тех или иных затрат, после чего принять решение о прекращении расходования средств по той или иной статье.

Отдельные виды затрат способны воздействовать на экономическую эффективность предприятия в большей степени относительно других.

Затраты также характеризуются постоянной изменчивостью на фоне непрерывного изменения цен на разного вида ресурсы и материалы, необходимые для осуществления деятельности предприятия, для создания продукции или предоставления услуги.

Оптимизация затрат является неотъемлемо важной составляющей управления затратами на предприятии. Проведение оптимизации затрат происходит с целью повышения эффективности и качества работы компании. Для формирования мероприятий по сокращению затрат необходимо провести анализ всех имеющихся затрат, источников их формирования, а также определиться с методами учета затрат.

Таким образом, неотъемлемо важной составляющей управления затратами на предприятии является выбор системы учета затрат. Именно поэтому необходимо рассмотреть разновидности данных систем учета. На сегодняшний день выделяют следующие системы учета:

- standard costing (СК);
- direct costing (ДК);
- target costing (ТК);
- kaizen costing (УК);
- ABC-costing;
- theory of constraints (ТОС).

СК (standard costing) — метод учета затрат и формирования полной себестоимости. Данная система учета приносит наилучшие результаты в случае применения ее на предприятии, характеризующимся небольшим ассортиментным рядом продукции. Это обусловлено тем, что применение данной системы для такого рода предприятия позволит получить достоверные прогнозируемые данные о спросе и предложении.

ДК (direct costing) — маржинальный метод управления затратами. Сущность данного метода заключается в обобщении прямых расходов по видам изделий, которые собираются на отдельном счете и списываются на общие результаты того периода, когда они образовались.

ТК (target costing) — область применения данного метода — инновационные отрасли, характеризующихся преобладанием различных технологий. Таргет костинг представляет собой систему управления на стадии разработки и создания нового продукта, либо модернизации уже имеющейся продукции, но требующей обновления.

В рамках ТК себестоимость рассматривается как показатель, к которой должна стремиться компания, выпуская конкурентный продукт.

УК (kaizen costing) — «усовершенствование маленькими шагами», т.е. это система постепенного снижения затрат, в ходе которого может быть достигнуто оптимальное значение себестоимости для обеспечения необходимого уровня прибыли. Системы УК и ТК имеют схожую цель — установление определенного показателя целевой

себестоимости и подготовка мер по ее достижению. Тем не менее, главное отличие между данными система учета заключается применение их на различных производственных этапах, т.е. ТК применяется на начале разработки продукта в то время, как УК наилучшим образом применяется на этапе производства продукта.

В то же время стоит отметить особенность данного учета, заключающаяся в постановке задачи, которая распространяет свои обязательства к выполнению на весь персонал компании, выполнение которой поощряется через систему управление персоналом.

Расчет постоянных затрат происходит по отдельным подразделениям, которые будут формироваться в бюджет.

ABC-costing (Activity Based Costing) — сущность метода заключается в учете затрат по видам работ. Также принцип работы данной системы состоит в выявлении зависимости затрат на продукцию с различными производственными процессами. Вследствие чего, рассматриваются возможные варианты внедрения оптимизированного процесса для повышения уровня и качества работы предприятия.

ТОС (Theory of constraints) — метод учета, который нацелен на выявление недостающих ресурсов, наличие которых положительно отразилось бы на результатах работы предприятия. ТОС направлен на оптимизацию ресурсного потенциала предприятия. Данный метод является инструментом для повышения уровня бизнес-процессов [2].

Тем не менее, оптимизация затрат необходима для определения прогнозируемых финансовых результатов и формирования дальнейшей модели распределения прибыли предприятия.

Метод оптимизации абсолютной величины также является одним из наиболее востребованных методов, формирующийся за счет применения финансовых, математических и статистических приемов для создания модели финансовых процессов предприятия и обоснования управленческих решений на основе модели. Данный метод также включает в себя:

- ABC-анализ;
- ХУЗ-анализ;
- стоимостной анализ.

ABC — анализ основывается на «центре затрат», т.е. обоснование и принятие решений происходит по целевой локации затрат. «Центр затрат» распространяется как в рамках отдельного структурного подразделения, так и на все предприятие. Данный метод оптимизации подразумевает за собой ранжирование всех анализируемых процессов как в рамках структурного подразделения, так и охватывая полностью предприятия. Т.е. на основе данного метода происходит классификация затрат, а также их ранжирование в зависимости от объекта затрат.



Структура реализации ABC-анализа состоит из следующих элементов:

- анализ особенности организации технико-производственного процесса;
- определение центра затрат предприятия;
- контроль за распределением затрат в соответствии с установленными центрами;
- оценка параметров и критериев центров затрат и обоснование принятия управленческих решений [3].

Сущность XYZ-анализа заключается в сортировке затрат на группы, в ходе которых группы упорядочиваются в зависимости от степени частоты их возникновения. Главный принцип данного метода заключается в распределении затрат на группы в зависимости от однородности анализируемых параметров.

Объединение затрат в рамках XYZ-анализа следующим образом:

- оценка количественной величины затрат отдельных статей расходов, а также определение ее удельного веса в общей структуре затрат;
- распределение расходов с сокращением удельного веса в общей структуре затрат;
- объединение статей расходов в соответствии с их удельным весом в общей структуре затрат [4].

Сущность стоимостного анализа выступает анализ процессов предприятия, для выявления баланса между затратами, которые несет предприятие, и полезным эффектом продукта, затраты, которые несет предприятие в ходе его производства.

формирования затрат предприятия относительно их целесообразности, а также в соотношении абсолютной величины затрат с влиянием на уровень качества производимой продукции.

Таким образом, учитывая многообразие выбора методов учета и оптимизации затрат, можно определить наиболее подходящие методы и способы в соответствии с целями, поставленные на основе принятых управленческих решения руководством предприятия.

Выводы. Управление затратами на предприятии является неотъемлемо важной составляющей успешного функционирования любого предприятия. При грамотном учете и выборе метода оптимизации затрат, предприятие способно усовершенствовать внутренние процессы перераспределения ресурсов, увеличить прибыль, а также в целом стабилизировать финансовое состояние компании. ■

---

1. Низовкина, Н. Г. Управление затратами предприятия (организации) : учебное пособие для вузов /

Н. Г. Низовкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 187 с.

2. Васина А.Н. «Проекты снижения затрат: описание альтернатив и расчет экономического эффекта» [Электронный ресурс], 2015. Режим доступа: [http://www.alt-](http://www.alt-invest.ru/library/invanalysis/costreduction.htm/)

[invest.ru/library/invanalysis/costreduction.htm/](http://www.alt-invest.ru/library/invanalysis/costreduction.htm/) (Дата обращения: 30.03.2021). - Текст : электронный.

3. Доможирова О.В., Несмеянова М. Н. Методические аспекты оптимизации материальных затрат на предприятии // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. 2016. № 5. С. 244–246.

4. Управление затратами и контроллинг : учебное пособие для вузов / А. Н. Асаул, И. В. Дроздова, М. Г. Квициния, А. А. Петров. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 263 с. — (Высшее образование)

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Васина А.Н. «Проекты снижения затрат: описание альтернатив и расчет экономического эффекта» [Электронный ресурс], 2015. Режим доступа: [http://www.alt-](http://www.alt-invest.ru/library/invanalysis/costreduction.htm/)

[invest.ru/library/invanalysis/costreduction.htm/](http://www.alt-invest.ru/library/invanalysis/costreduction.htm/) (Дата обращения: 30.03.2021). - Текст : электронный.

Доможирова О.В., Несмеянова М. Н. Методические аспекты оптимизации материальных затрат на предприятии // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. 2016. № 5. С. 244–246.

Низовкина, Н. Г. Управление затратами предприятия (организации) : учебное пособие для вузов / Н. Г. Низовкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 187 с.

Управление затратами и контроллинг : учебное пособие для вузов / А. Н. Асаул, И. В. Дроздова, М. Г. Квициния, А. А. Петров. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 263 с. — (Высшее образование)

---

### Methods of accounting and optimization of costs on the enterprise

© Dikunov I., 2021

Today, the basis for successful operation is due to the availability of a sufficient amount of resources, which allows the enterprise to improve its activities, thus increasing the level of competitiveness in the market. Accounting and cost optimization are considered as one of the methods to increase the company's income, as well as its overall performance. This article discusses the essence and concept of costs, methods of accounting and optimization.

*Keywords:* cost optimization, enterprise management, cost accounting, the concept of costs, the efficiency of the enterprise

© Дикун И. Э., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье приведен анализ состояния горнодобывающей промышленности, а также выявлены тенденции дальнейшего развития данной отрасли. Кризис, возникновение которого произошло 2020 году на фоне распространения пандемии вируса COVID-19 повлек за собой изменения в различных секторах экономики, в частности изменения произошли в сфере горнодобывающей промышленности. Данный сектор экономики является неотъемлемо важной составляющей национальной экономики страны, что обуславливает необходимость поддержания и развития данной отрасли.

*Ключевые слова:* горнодобывающая промышленность, цифровизация, оптимизация бизнес-процессов, коронавирус, инновации

**Г**орнодобывающая отрасль России является одной из наиболее значимых отраслей страны, которая также выступает источником формирования значительной доли прибыли государства, т.к. продукция, формирующаяся в ходе осуществления деятельности в рамках горнодобывающей сферы, характеризуется стабильным и высоким спросом. Важной частности, существенная доля продукции направляется на экспорт, за счет чего формируются международные связи.

Доходы, получаемые за счет добычи и экспорта сырья, а также различных видов продуктов переработки, обеспечивают значительную часть поступлений в федеральный бюджет. Данная отрасль также входит в состав крупнейших налогоплательщиков, что свидетельствует о социально-экономической важности данной сферы. Несмотря на то, что основная доля рынка сбыта приходится на экспорт, также происходит ежегодное увеличение поставок на внутреннем рынке.

Горнодобывающая промышленность представляет из себя совокупное объединение предприятий различного рода деятельности, которая направлена на добычу, обогащение, переработку и сбыт рудного и нерудного сырья. Структура промышленности включает отрасли, специализирующихся по различным направлениям, среди которых:

- добыча минерального энергетического сырья;
- добыча и переработка руд чёрных и легирующих металлов;
- добыча и переработка руд цветных металлов для цветной металлургии;
- промышленность горнохимического сырья;
- добыча нерудного сырья
- добыча драгоценных и поделочных камней;
- гидроминеральная промышленность [1].

На сегодняшний день на территории России обнаружена основная часть всех видов полезных ископаемых. Объемы запасов различного сырья, достаточно велики. Запасы сырья распределены по

всей территории государства и сконцентрированы на определенных территориях. На 2020 год Россия входит в число лидеров на мировом рынке по объемам сконцентрированных запасов в стране. Среди преобладающего сырья можно выделить: углеводородное сырье, уголь, железная руда, никель, медь, цинк, вольфрам, алмазы, благородные металлы и др.

Несмотря на повышенный спрос сырья и непрерывное развитие данного сектора экономики страны, стоит отметить, что горнодобывающая промышленность также характеризуется рядом проблем, которые могут негативно воздействовать на результаты деятельности предприятий данной отрасли, а также в целом на состоянии самой отрасли.

Среди перечня различных проблем, к наиболее распространенным проблемам, с которыми сталкиваются предприятия горнодобывающей отрасли относятся:

- повышенный уровень износа оборудования, вследствие чего образуются дополнительные затраты на обслуживание технического оснащения предприятия, а также необходимость приобретения дорогостоящего оборудования в случае полного выхода из строя старого оборудования;
- удаленность месторождений. Т.е. местность, где происходят основные работы по добыче и переработке сырья находятся в удаленном от городской среды районе, с неразвитой транспортной системой, вследствие чего возникают проблемы с организацией транспортировки и созданием логистических цепей поставок продукции. Транспортные затраты, которые несет предприятие горнодобывающей отрасли достаточно велики, и занимают существенную долю в общей структуре затрат. Также оптимизация данных затрат достаточно затруднительна, сокращение;
- недостаток квалифицированного персонала. Удаленные объекты, где происходит разработка карьеров и добыча сырья нуждаются в мотивированном персонале с высоким уровнем

квалификации. Не многие сотрудники дают согласие на работу вахтовым методом. Также проблема отсутствия квалифицированных сотрудников возникает в связи с тем, что предприятия горнодобывающей промышленности непрерывно продолжают свое развития внедряя различные технологии и инновации, для которых также необходим компетентный персонал;

- климатические особенности отдельных регионов. Некоторые ресурсы сконцентрированы в регионах с особыми климатическими особенностями. Так, например, в Якутии из-за продолжительных и сильных морозов в регионе возникают проблемы с установкой оборудования. При минимальном температурном режиме приостанавливается рабочий процесс, либо происходят поломки оборудования, что также несет дополнительные затраты.

размер капитальных вложений в проекты в горнодобывающем секторе, а также их размещение в отдалённых регионах и осложнение добычи, сводится к тому, что происходит объединение предприятий.

Таким образом, для решения проблем, возникающих в ходе осуществления деятельности горнодобывающих предприятий необходимо решение ряда проблем, которые позволят повысить качество и эффективность деятельности данной отрасли. Для решения данных проблем необходимо выполнение следующих условий:

- модернизация и техническое оснащение производственно-технической базы новым, более производительным автоматизированным оборудованием;
- разработка новейших технологий переработки добытого сырья и природных ископаемых;
- повышение квалификации персонала горных предприятий всех уровней, а также создание возможностей для получения новых компетенций персоналу в соответствии с инновационным развитием предприятия.

Вместе с тем, учитывая тот факт, что 2020 год характеризуется распространением пандемии, связанной с возникновением COVID-19, произошли существенные изменения в различных секторах экономики страны. Данные изменения также характерны для горнодобывающей промышленности [2].

В первую очередь данное событие позволило предприятиям данной отрасли начать постепенное внедрение процессов цифровизации в свою деятельность. Цифровизация горнодобывающей промышленности представляет собой применение цифровых технологий в протекающих бизнес-процессах, которые могут заключаться как в использовании новейшего оборудования с возможностью дистанционного управления,

использование технологий удаленной централизованной диспетчеризации, высокоточное спутниковое позиционирование экскаваторов и другой техники трехмерное моделирование объектов, предиктивная аналитическая обработка геологических данных и т.д.

Также, внедрение новых технологий позволяют сократить ресурсные затраты, направленные на поиск месторождений [3].

Пандемия продемонстрировала, что автоматизация и цифровизация деятельности может не только вести к сокращению затрат и повышению эффективности — горнодобывающие компании, работающие удаленно или автономно, обнаружили, что технологии помогают управлять рисками, а также снижать негативные последствия COVID19. В соответствии с прогнозами McKinsey, к 2025 году использование цифровых технологий в мировой горнодобывающей отрасли позволит снизить затраты на 17 % [4].

Прежде всего к основным преимуществам, которые были достигнуты в ходе распространения пандемии можно отнести следующие: снижение необходимости в офисных помещениях, внесение изменений в график рабочих смен сотрудников, рост доли использования местных трудовых ресурсов, перемещение с участка добычи функций, которые можно выполнять в другом месте, переоценка инвестиционных критериев. Образовалась возможность оказывать поддержку сотрудником, которые осуществляют свою рабочую деятельность дистанционно, позволяя осуществлять контроль и проведение операций находясь за пределами участка месторождения.

Тем не менее несмотря на то, что распространение COVID-19 послужило катализатором к внедрению технологий и изменений в бизнес-процессы горнодобывающих предприятий, переход к полной автоматизации требует значительные ресурсы [5].

Вместе с тем, некоторые инвесторы не поддержат проведение больших изменений ввиду отсутствия желания изменений в операционной модели, которые сопутствуют существенным рискам.

Также активное использование автоматизированных процессов и интегрированные промышленных технологий для управления добычей на месторождениях может повлечь за собой риски, связанные с информационной безопасностью.6

Таким образом, COVID-19 послужил поводом обратить внимание к различным вопросам в части формирования и организации бизнес-процессов различных компаний, в частности осуществляющих свою деятельность в горнодобывающем секторе. Так, при автоматизации бизнес-процессов, а также внедрении различных технологий очевидно, что кибербезопасность должна составлять неотъемлемую часть устойчивого развития компаний.

Несмотря на постепенное возвращение к нормальной деятельности после вспышек распространения COVID-19, предприятия будут придерживаться уже примененных изменений в рабочих процессах, тем не менее горнодобывающим компаниям необходимо будет найти баланс между ускорением внедрения различных технологий, оптимизирующие бизнес-процессы, и обеспечением рабочих мест для местного населения, чтобы избежать ухудшения ситуации с занятостью. ■

1. Кондратьев В.Б. Горная промышленность, инновации и экономический рост: опыт развивающихся стран. Горная промышленность 2020. №3 - с. 98–104.

2. Влияние пандемии COVID-19 на цифровую трансформацию в горнодобывающей отрасли [Электронный ресурс] // Dassault Systemes в России и СНГ : сайт. – URL: <https://blogs.3ds.com/russia/влияние-пандемии-covid-19-на-цифровую-трансформацию-в-горнодобывающей-промышленности> (Дата обращения 29.03.2021)

3. Горнодобывающая промышленность 2020 год [Электронный ресурс] // PWC в России : сайт. – URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/mine-2020/mine-2020.pdf> (Дата обращения 31.03.2021)

4. Коронавирус и горная промышленность [Электронный ресурс] // Горная промышленность: сайт. – URL: <https://mining-media.ru/ru/article/ekonomicheskoe/16123-koronavirus-i-gornaya-promyshlennost> (Дата обращения 30.03.2021)

5. Тренды горнодобывающей промышленности в 2020 году год [Электронный ресурс] // Сбер ПроМедиа: сайт. – URL: <https://sber.pro/publication/trendy-gornodobyvaiushchei-promyshlennosti-v-2020-godu-smotrim-na-kitai> (Дата обращения 29.03.2021)

6. McKinsey: как сэкономить \$370 млрд в год в горнодобыче за счет цифровых технологий [Электронный ресурс] // Forbes: сайт. – URL: <https://www.forbes.ru/biznes/340559-mckinsey-kak-cifrovye-tehnologii-snizyat-na-17-rashody-v-gornodobyche> (Дата обращения 28.03.2021)

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

McKinsey: как сэкономить \$370 млрд в год в горнодобыче за счет цифровых технологий [Электронный ресурс] // Forbes: сайт. – URL: <https://www.forbes.ru/biznes/340559-mckinsey-kak-cifrovye-tehnologii-snizyat-na-17-rashody-v-gornodobyche> (Дата обращения 28.03.2021)

Влияние пандемии COVID-19 на цифровую трансформацию в горнодобывающей отрасли [Электронный ресурс] // Dassault Systemes в России и СНГ : сайт. – URL: <https://blogs.3ds.com/russia/влияние-пандемии-covid-19-на-цифровую-трансформацию-в-горнодобывающей-промышленности> (Дата обращения 29.03.2021)

Горнодобывающая промышленность 2020 год [Электронный ресурс] // PWC в России : сайт. – URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/mine-2020/mine-2020.pdf> (Дата обращения 31.03.2021)

Кондратьев В.Б. Горная промышленность, инновации и экономический рост: опыт развивающихся стран. Горная промышленность 2020. №3 - с. 98–104.

Коронавирус и горная промышленность [Электронный ресурс] // Горная промышленность: сайт. – URL: <https://mining-media.ru/ru/article/ekonomicheskoe/16123-koronavirus-i-gornaya-promyshlennost> (Дата обращения 30.03.2021)

Тренды горнодобывающей промышленности в 2020 году год [Электронный ресурс] // Сбер ПроМедиа: сайт. – URL: <https://sber.pro/publication/trendy-gornodobyvaiushchei-promyshlennosti-v-2020-godu-smotrim-na-kitai> (Дата обращения 29.03.2021)

## Mining industry development trends in Russia

© Дикунев И., 2021

This article provides an analysis of the state of the mining industry, and also identifies a trend for the further development of this industry. The crisis, which occurred in 2020 against the backdrop of the spread of the COVID-19 virus pandemic, entailed various changes in various sectors of the economy, in particular, changes occurred in the mining industry. This sector of the economy is an integral part of the national economy of the country, which necessitates the maintenance and development of this industry.

*Keywords:* mining industry, digitalization, business process optimization, coronavirus, innovation

УДК 802.0(077)

## ДИДАКТИЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ РАЗВИТИЯ НАВЫКОВ КОМПРЕССИИ ТЕКСТА У СТУДЕНТОВ-МЕНЕДЖЕРОВ

© Домышева С. А., Копылова Н. В., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Данная статья посвящена проблеме развития навыка компрессии текста у обучающихся неязыковых специальностей. В статье обосновывается рациональность развития навыка краткого изложения прочитанного или прослушанного текста-оригинала в письменном и устном виде. Обобщаются результаты имеющихся трудов на данную тему, анализируется практический опыт

авторов статьи. Рассматриваются различные типы текстовой компрессии, раскрываются требования к конечному тексту, а также описываются некоторые задания и упражнения, успешно используемые авторами при работе с обучающимися, осваивающими программу уровня бакалавриата по направлению подготовки «Менеджмент». Подчеркивается необходимость комплексного подхода к преподаванию, что подразумевает непрерывность развития навыка summarizing на разных этапах языковой подготовки и в различных видах речевой деятельности.

*Ключевые слова:* компрессия текста; английский язык для специальных целей; коммуникативная компетенция; лингвистические средства; навыки критического мышления

**Ц**елью данной статьи является описание и анализ некоторых дидактических приемов, используемых авторами при обучении студентов-менеджеров навыку компрессии прочитанного или прослушанного текста на английском языке.

В статье обосновывается целесообразность обучения текстовой компрессии студентов неязыковых направлений подготовки, а также анализируется эффективность использования заданий и упражнений, целью которых является краткое изложение текста-оригинала (summarizing) в письменном и устном виде. Авторы описывают свой опыт преподавания английского языка студентам Байкальской международной бизнес школы 1–3 курса, а именно, обучение текстовой компрессии в разных видах речевой деятельности (в аудировании, чтении, говорении и письме).

Вслед за исследователями в области лингвистики и методики преподавания языков, поджатием текста или его компрессией (summarizing) мы будем понимать речеосмыслительную и продуктивную деятельность; преобразование, при котором прочитанный или прослушанный текст заменяется более кратким по объему изложением в устной или письменной форме, до пределов минимальной смысловой избыточности, достаточной для понимания аудиторией [1, с. 108-109; 2; 3]. Компрессия текста запускает когнитивные процессы у студентов и подразумевает активизацию их навыков критического мышления.

Несмотря на большое количество имеющихся трудов, описывающих приемы компрессии текста [3; 4; 5], проблема обучения студентов нефилологических специальностей, как писать summary, или как делать устный краткий пересказ, недостаточно изучена. Актуальность данной темы обусловлена следующими причинами.

Во-первых, изложение услышанной или прочитанной информации в сжатом, но законченном, логичном и связном виде является важнейшим навыком для будущей профессиональной деятельности обучающихся. Трудно переоценить навык отбора нужных реципиенту сообщений из огромного потока данных, как на иностранном, так и на родном языке, особенно в век перенасыщения информацией. А умение представить отобранную информацию в сжатом виде, в формате и жанре, адаптированном для определенной аудитории, является жизненно необходимым для специалистов многих профессий. Для студентов-менеджеров навык summarizing

очень полезен в учебе и незаменим в будущем, когда им предстоит разнообразная коммуникативная деятельность.

В научном дискурсе, в который студенты погружаются при написании научных статей, курсовых и выпускных квалификационных работ, summarizing — это умение аннотировать исследовательские труды других ученых и грамотно цитировать их, расставлять смысловые акценты в собственных исследованиях, и т.п.

В профессиональной коммуникации менеджеров summarizing — это умение распознавать наиболее важные задачи и правильно расставлять приоритеты; способность анализировать большой объем данных и делать основные выводы, оставляя менее важные детали в пассивной памяти или откладывая их рассмотрение на более поздний срок; мастерство эффективно преподносить информацию во время презентаций или отчетов, чтобы она была адекватно и успешно воспринята аудиторией, и т.д. В целом, компрессия текста — это жизненный навык, позволяющий решать самые разные коммуникативные задачи, в том числе и на иностранном языке.

Второй причиной, определяющей актуальность данной проблемы, является возрастающая потребность общества в эффективных, грамотных текстах, в том числе и в сжатых, подвергшихся компрессии текстах-репродукциях. Особенно это заметно на фоне информационной избыточности с большим количеством контента разного качества, появляющегося в коммуникативном пространстве, в том числе в Интернете. Эта потребность проявляется в различных онлайн-курсах по развитию навыков письма, и в частности, на английском языке, а также в сайтах, предлагающих свои услуги в области письменных работ и собственно summary (например, [www.summarizing.biz](http://www.summarizing.biz)). Очевидно, что предложения такого рода определяются соответствующим спросом.

Высокий спрос на качественные письменные тексты подтверждается еще и попытками облегчить творческий процесс их создания с помощью инновационных цифровых технологий. Так, наряду с имеющимися программами для редактирования эссе и иных письменных работ (таких, как [SpellCheckPlus.com](http://SpellCheckPlus.com), [grammarcheck.net](http://grammarcheck.net), [grammarly.com](http://grammarly.com) и др.), появляются новые приложения для создания автоматических summary ([freesummarizer.com](http://freesummarizer.com), [autosummarizer.com](http://autosummarizer.com), [resoomer.com](http://resoomer.com), [ivypanda.com/online-text-summarizer](http://ivypanda.com/online-text-summarizer)

и др.). Принцип, по которому обрабатываются тексты при создании *summary*, иногда сводится к автоматической выборке предложений, содержащих более общие идеи или выводы. Соответственно, из конечного текста исключаются предложения, содержащие примеры, подробные детали и прочую дополнительную и потому менее важную информацию. При этом применяется то, что исследователи называют экстрактивным подходом к сжатию текста (*extractive approach to summarizing*), в противоположность абстрактному подходу (*abstractive approach*), при котором должно происходить полноценное перефразирование исходного текста и написание новых предложений [6]. Конечный продукт экстракции может получиться весьма несовершенным; его нельзя назвать *summary* в том смысле этого термина, который вкладывается при развитии навыков письменной речи у студентов.

Следует признать, что такие программы для автоматической компрессии текстов могут быть полезны для учебных целей, так как позволяют студентам или молодым исследователям быстро ознакомиться с объемным материалом для чтения, а точнее, с его ключевыми идеями. Наука не стоит на месте, и в дальнейшем, возможно, будут создаваться более совершенные приложения для более тщательного редактирования и сжатия текстов. Тема целесообразности использования цифровых технологий при создании письменных произведений, несомненно, представляет интерес для будущих исследований. Тем не менее, проблему написания качественного *summary* электронные ресурсы, имеющиеся в свободном доступе, пока не в состоянии решить.

Третьей причиной нашего выбора данной темы исследования являются проблемы при обучении студентов-менеджеров навыкам текстовой компрессии. Некоторые обучающиеся демонстрируют неспособность представить воспринятую информацию в сжатом виде. Причина не только с недостаточно развитом уровне языковой подготовки, но и в неумении ранжировать информацию, отличать главное от второстепенного, а также излагать отдельно взятые идеи связно и логично. Проблема представляется комплексной, и ее решение не может ограничиваться несколькими занятиями. В связи с этим необходимы особые дидактические приемы, способствующие развитию у студентов навыков критического мышления.

Прежде чем перейти к заданиям по обучению *summary*, обратимся к некоторым выводам, сделанным филологами и преподавателями иностранных языков.

Исследователи описывают множество разновидностей *summary*. Несмотря на некоторые расхождения во мнениях относительно классификации *summary* и смежных речевых продуктов, специалисты признают многообразие форм компрессии текстов. Обобщая их выводы, подчеркнем, что *summary* могут различаться:

- по способу получения информации (аудирование или чтение);
- по способу изложения информации (устное или письменное);
- по жанрам исходных текстов (научно-популярный текст, исследовательская статья, деловой отчет, новостная статья, художественный текст и т.д.);
- по жанрам уже обработанных конечных текстов (конспект, реферат, аннотация, резюме, и т.д.);
- по целевому назначению или коммуникативным задачам (учебный, информативный, оценочный текст и т.д.).

Что касается жанров уже обработанных текстов, то можно также выделить вид компрессии, носящего оценочно-критический характер (например, рецензия), что отличает его от других видов письменных сообщений — продуктов компрессии текста, которые оценку содержать не могут.

Каждый тип *summary* предполагает применение особого набора языковых средств. Очевидно, что при кратком устном пересказе видео будут применяться совсем иные лексические и грамматические средства, чем, например, при письменном аннотировании научного текста. Соответственно, для *summary* каждого вида будут требоваться разные подходы к обучению. Кроме того, *summarizing*, или компрессия текста, может использоваться как способ контроля понимания прочитанного или услышанного, как самостоятельное упражнение по развитию навыков письменной речи [1], как одна из ступеней при написании научной статьи, а также как часть задания в международных тестах, таких, как TOEFL iBT [7].

В современных отечественных и зарубежных исследованиях наибольшее внимание уделяется навыку *summarizing* в академическом письме. Следует подчеркнуть, что навыки краткого изложения прочитанной или прослушанной информации неразрывно связаны с навыками перефразирования и корректного цитирования. Кроме того, необходимы и дополнительные навыки, такие как конспектирование (*note-taking*), которое, как мы писали выше, также является формой или частью процесса текстовой компрессии [7; 5; 8; 9].

Независимо от вида *summary*, имеются универсальные критерии по его созданию, которые учитываются при разработке дидактических заданий. Эти критерии таковы:

- конечный текст должен быть самодостаточным для понимания неподготовленным читателем/слушателем, не знакомым с текстом-оригиналом;
- его объем должен быть меньше объема исходного текста (требования к объему могут различаться, однако ориентиром может служить параметр «одна треть»);

- текст должен состоять из перефразированных, переработанных предложений;
- сложные идеи, грамматика и лексика должны быть упрощены;
- сжатый текст не должен содержать прямого цитирования;
- конечный текст не должен искажать идеи текста-оригинала;
- текст должен иметь структуру, характерную для типичных письменных/устных произведений и включать введение, основную часть и заключение;
- текст не должен содержать личного мнения пишущего/говорящего (за исключением таких жанров, как рецензия) [4, с. 317-318; 6; 10 и др.].

В нашей статье мы подробнее остановимся на развитии навыков краткого изложения информации, полученной при прочтении текста-оригинала, в письменном виде. Задания, направленные на развитие данного навыка, варьируются в зависимости от уровня обучающихся.

Так, для студентов от начального до предпорогового уровня необходимы упражнения, при выполнении которых студенты используются текстовые и графические опоры, облегчающие осуществление компрессии. На этом этапе рекомендуется использовать короткие тексты, постепенно увеличивая их длину.

Одним из самых простых заданий является вычеркивание из текста менее важных, «ненужных» предложений или фраз, либо, напротив, подчеркивание предложений, содержащих центральные идеи.

Более сложным заданием является выделение в исходном тексте ключевых слов и фраз. В зависимости от длины и сложности текста можно ограничивать количество ключевых слов/фраз, что будет способствовать развитию умения выделять главные идеи. В этих же целях можно предложить студентам выбрать из выделенных ключевых слов те слова и фразы, которые являются наиболее важными для выражения основной идеи текста. На следующем этапе студентам можно предложить восстановить текст-оригинал по имеющимся ключевым словам. Можно начать с написания одного предложения, а затем постепенно увеличивать длину summary. Интересный формат предлагается в задании «Sum It Up» [11], при выполнении которого студенты должны написать summary, используя как можно больше ключевых слов из составленного ими списка. При этом им дается «бюджет» в 2 доллара, а каждое использованное ключевое слово «стоит» 10 центов. Таким образом, чтобы уложиться в «бюджет», студенты должны написать summary, содержащее 20 ключевых слов. Преподаватель может адаптировать данное упражнение за счет варьирования размера «бюджета» и «стоимости» одного ключевого слова.

Помимо ключевых слов студенты могут также выделять в тексте ключевые идеи. Дальнейшая

работа проводится следующим образом. Студенты пишут topic sentence (вводящее предложение, в котором формулируется тема текста) по следующей модели: A+ B+C, при этом A — это название текста (или раздела текста), B — глагол (можно предложить использовать, например, такие глаголы, как demonstrate, describe, explain, explore, express, identify, present, prove и другие), C — выделенные ключевые идеи, перефразированные студентами. Такой вид работы можно проводить как на основе целого текста, так и на основе частей текста, например, абзацев, подразделов и разделов.

Еще одним эффективным заданием на данном уровне является упражнение по заполнению плана-конспекта (outline) исходного текста. При этом план может быть частично заполнен, а недостающие фрагменты вынесены в отдельный блок. Задача, таким образом, упрощается и сводится к выбору фрагмента для восстановления плана-конспекта. Это, разумеется, не summary, а его промежуточная стадия, однако упражнение позволяет развить навык распознавания структуры текста и определения иерархии идей.

Студенты предпорогового уровня могут также, имея перед собой исходный текст, заполнять пропущенные фрагменты готового summary, пользуясь этим текстом. Так как summary представляет собой перефразированный, полностью переработанный текст, задача сложнее, чем выбор фрагмента из предложенного перечня. Здесь необходимо активизировать знания о языковых единицах разных уровней — лексических, морфологических, синтаксических. При выполнении такого задания можно варьировать количество пропущенных фрагментов и их длину, постепенно усложняя задание за счет увеличения доли самостоятельного написанного текста summary.

Использование графической опоры в виде схем, карт и диаграмм помогает студентам визуализировать структуру текста и облегчает работу над summary на данном уровне. При работе с художественными текстами широко используются Story Maps (карты повествования), которые обычно включают в себя такие разделы как Title (название), Setting (время и место действия), Characters (персонажи), Theme (тема), Plot/Main Events (сюжет/основные события), Problem/Conflict (проблема/конфликт), Solution/Outcome (разрешение проблемы/конфликта). Данные разделы могут быть графически представлены в виде геометрических фигур (например, прямоугольников), расположенных в определенном порядке. Эти разделы могут быть также представлены в виде таблицы. Можно варьировать количество разделов и их названия, в зависимости от текста.

При работе с художественными текстами можно также использовать упражнения «Summary Star» и «Summary Pyramid». Студентам предлагается нарисовать пятиконечную звезду (или пирамиду) и



сделать подписи, используя, например, такой план: 1) напишите одно слово, которое могло бы стать новым названием для рассказа; 2) напишите два слова, выражающие ваши чувства после прочтения рассказа; 3) напишите три слова о месте и времени действия; 4) напишите четыре слова, описывающие проблему/конфликт рассказа; 5) напишите пять слов о разрешении конфликта/решении проблемы. При выполнении этого задания студенты могут писать слова, фразы и предложения. Можно изменять количество слов и формулировки задания, в зависимости от текста и уровня подготовки студентов. Это задание можно также адаптировать для работы с другими типами текстов.

Интересной формой работы является краткое изложение основных идей текста / событий повествования с помощью иллюстраций, которые являются эффективной зрительной опорой наряду с исходным текстом. Такое задание уместно для воспроизведения нарративных текстов-оригиналов либо текста инструкций с пошаговой демонстрацией действий.

При работе с академическими текстами студенты могут использовать графические опоры в виде диаграмм, помогающих классифицировать понятия, иллюстрировать причинно-следственные связи, показывать последовательность действий и т.д. Такие опоры облегчают работу по выявлению главных идей текста.

Для студентов среднего уровня и выше целесообразны задания, где нужно выбрать из предложений те, которые составляют summary текста-оригинала. «Лишние» предложения будут либо незначительной деталью, либо так или иначе искажать идеи исходного текста. Этот формат используется, например, в тесте TOEFL iBT, секция Reading.

Еще одним эффективным упражнением является восстановление ключевых идей текста по вопросам, сложность которых может варьироваться. Разновидностью этого задания является использование формулы 5Ws+1H (шесть вопросительных слов: What, Who, When, Where, Why, How). Студенты должны написать summary, содержащее ответы на эти вопросы. Вопросы могут звучать, например, следующим образом: What happened? Where did it happen? When did it happen? Who was involved? Why did it happen? How did it happen? Студентам с более низким уровнем подготовки можно предложить графическую опору. Студенты на более высоком уровне могут выполнять усложненный вариант этого задания: написание summary в виде lead (первого абзаца информационной статьи). Первый абзац новостной статьи считается самым важным, поскольку он содержит основную информацию о каком-либо событии. Именно по этому абзацу люди, читающие статью, решают, будут ли они читать весь текст статьи. Написание summary в таком стиле развивает навык выделения самого важного, умение конкретизировать без излишних деталей, умение

излагать идеи кратко и точно (обычно lead содержит не более 40 слов).

Студентам на более продвинутом уровне можно предлагать более сложные задания, предполагающие выделение основных идей и их перифраз без использования текстовых и/или графических опор.

Например, перед такими студентами можно поставить задачу сжать абзац/текст до одного предложения либо до определенного количества знаков (что является полезным навыком при заполнении онлайн-анкет, выполнении электронных тестов и т.д.). Написание summary длиной в одно предложение можно использовать в том числе и при работе с художественными текстами. Такой вид краткого изложения содержания называется также logline и обычно включает следующие элементы: персонаж или персонажи; их цель/выбор/конфликт; риски; действия, ведущие к достижению цели/разрешению конфликта; время и место действия (если важно) [12]. Даже длинные тексты, к примеру, романы, можно сжать до одного предложения, используя такую формулу. Например, вот summary романа Дж. Роулинг *Harry Potter and the Sorcerer's Stone* (Гарри Поттер и философский камень): A boy wizard begins training and must battle for his life with the Dark Lord who murdered his parents [13]. Студентам можно предложить написать аналогичные предложения по известным литературным произведениям, а также по известным фильмам и сериалам. Подобные творческие задания дают студентам возможность не только развить свои навыки краткого изложения, но и расширить кругозор.

При работе с медийными текстами (новостными и аналитическими статьями) или научными / научно-популярными текстами можно дать студентам задание создать подзаголовки к фрагментам текста. Подзаголовки могут быть, в зависимости от предполагаемой аудитории и поставленной коммуникативной задачи, информативными, легкими для восприятия и привлекающими внимание читателей.

Еще одним творческим заданием для студентов на более продвинутом уровне является написание аннотации — краткого изложения содержания книги (обычно не более 200 слов). Аннотация обычно печатается на обложке книги или размещается на сайте. Она пишется с целью заинтересовать читателей, и убедить их купить книгу. Такое упражнение можно предложить при работе с художественными и научно-публицистическими текстами. При написании такой аннотации нужно не только кратко изложить содержание, избегая ненужной детализации, но и использовать эффективные языковые средства. Можно также предложить студентам написать текст для трейлера к фильму, который мог бы быть снят по какому-либо литературному произведению. Студенты могут сначала написать текст, а затем

озвучить его, по возможности используя музыку и звуковые эффекты.

Написание синопсиса (synopsis) — еще один вид творческого задания при работе с литературными произведениями. Синопсис — это краткое изложение сюжета книги, фильма, пьесы, которое пишется для того, чтобы литературный агент, редактор или издатель мог понять, о чем произведение, не читая его. Иногда синопсис также печатается в театральных афишах. Синопсис обычно длиннее, чем аннотация, его объем составляет примерно одну страницу А4. В нем раскрывается не только основная идея произведения, но также дается информация об основных сюжетных линиях, персонажах, жанре и т.д.

Безусловно, на каждом уровне должна проводиться работа над собственно лингвистическими средствами, используемыми при создании summary заданного типа. Отдельного внимания заслуживают жанрообразующие фразы-клише, такие как «The text/story/article is about/deals with/presents/describes...», «The author states/points out/claims/argues/suggests/analyzes/... that ...» и другие.

Так как перифраз является неотъемлемой частью текстовой компрессии, необходимы задания на развитие навыка перифраза, в том числе упражнения на отработку синонимов и антонимов, синтаксических и грамматических трансформаций. При выполнении заданий на перифраз можно обязать студентов использовать ту или иную лексико-грамматическую единицу, либо, наоборот, не повторить ни одну единицу из исходного предложения. Также можно попросить их сделать максимально возможный перифраз исходного текста.

Данные типы заданий описаны авторами множества учебников и других дидактических разработок и успешно применяются с разными категориями обучающихся.

Мы считаем, что обучение текстовой компрессии следует проводить постоянно и на материале самых различных источников. Представляется рациональным отрабатывать навык в разнообразных типах заданий, как письменных, так и устных. Так, при обучении студентов устным презентациям, спикер должен делать краткое резюме отдельных частей своего доклада, повторяя ключевые идеи в более простой и доступной форме. На занятиях по аудированию обучающиеся должны в устной или письменной форме, с опорой или без нее, пересказывать услышанное.

В целом, текстовая компрессия — сложная речеосмыслительная деятельность, активизирующая у студентов ряд когнитивных процессов и способствующая развитию навыков критического и творческого мышления. Научиться эффективно перерабатывать объемную информацию и излагать ее в сжатом виде необходимо для жизни в современном

информационном обществе и для профессиональной деятельности, особенно будущим менеджерам. Написание summary, однако, предстает трудновыполнимой задачей для некоторых студентов, демонстрирующих недостаточно высокий уровень языковой и коммуникативной компетенции. Обучение навыку текстовой компрессии, таким образом, должно быть комплексным и непрерывным и охватывать все этапы освоения английского языка и в его разных аспектах, с привлечением широкого спектра заданий и упражнений. Для студентов направления подготовки «Менеджмент» целесообразно использовать аутентичный профессионально-ориентированный контент для последующей обработки. ■

---

1. Азимов, Э.Г. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) [Текст] / Э.Г. Азимов, А.Н. Щукин. — М.: Издательство ИКАР, 2009. — 448 с.

2. Умерова М.В. Языковая компрессия: виды и уровни реализации [Текст] / М.В. Умерова // Актуальные вопросы современной науки. № 17-1. — Новосибирск: ООО «Центр развития научного сотрудничества», 2011. — С. 260-269.

3. Kirkland M. R., Saunders M.A.P. Maximizing Student Performance in Summary Writing: Managing Cognitive Load [Text] / M.R. Kirkland, M.A.P. Saunders // TESOL Quarterly, 25(1), 1991. — P. 105-121.

4. Koneru A. English Language Skills [Text] / A. Koneru. — New Dehli: The McGraw-Hill Companies, 2011. — 491 p.

5. Бредихин С.Н., Серебрякова С.В., Лиховид А.А. Способы компрессии когнитивной информации в научно-популярном тексте [Текст] / С.Н. Бредихин, С.В. Серебрякова, А.А. Лиховид // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2019, №3. — С. 139-145.

6. Excerpt of the Text and Best Summarizing Techniques to Outline Essentials [Electronic resource]. — <https://www.summarizing.biz/>. Дата обращения: 28.03.2021.

7. TOEFL resources [Electronic resource] // Educational Testing Service. — <https://www.ets.org/toefl/test-takers/ibt/resources/>. Дата обращения: 31.03.2021.

8. Summarizing [Electronic resource] // Academic English Online. — Queen Mary University of London. — <http://aeo.sllf.qmul.ac.uk/Files/Summarizing/Summarising.html>. Дата обращения: 27.03.2021.

9. Quoting, Paraphrasing, and Summarizing [Electronic resource] // Purdue Online Writing Lab. — [https://owl.purdue.edu/owl/research\\_and\\_citation/using\\_research/quoting\\_paraphrasing\\_and\\_summarizing/index.html](https://owl.purdue.edu/owl/research_and_citation/using_research/quoting_paraphrasing_and_summarizing/index.html). Дата обращения: 28.03.2021.

10. Brownlee J. A Gentle Introduction to Text Summarization [Electronic resource] / J.A. Brownlee // Deep Learning for Natural Language Processing. — 2017. — <https://machinelearningmastery.com/gentle-introduction-text-summarization/>. Дата обращения: 28.03.2021.

11. Get the Gist. Summarizing [Electronic resource] // National Behavior Support Service. — [https://www.nbss.ie/sites/default/files/publications/get\\_the\\_gist\\_comprehension\\_strategy\\_0.pdf](https://www.nbss.ie/sites/default/files/publications/get_the_gist_comprehension_strategy_0.pdf). Дата обращения: 31.03.2021.

12. Gardner, R. Writing a One-Sentence Summary [Electronic resource] // Gardner Literary. – 2019. - <https://rachellegardner.com/writing-a-one-sentence-summary/>. Дата обращения: 30.03.2021.

13. Bransford, N. Everything writers need to know about pitching their book [Electronic resource] // Nathan Bransford Blog. – 2018. - <https://nathanbransford.com/blog/2018/05/everything-authors-need-to-know-about-pitching>. Дата обращения: 30.03.2021.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Bransford, N. Everything writers need to know about pitching their book [Electronic resource] // Nathan Bransford Blog. – 2018. - <https://nathanbransford.com/blog/2018/05/everything-authors-need-to-know-about-pitching>. Дата обращения: 30.03.2021.

Brownlee J. A Gentle Introduction to Text Summarization [Electronic resource] / J.A. Brownlee // Deep Learning for Natural Language Processing. – 2017. – <https://machinelearningmastery.com/gentle-introduction-text-summarization/>. Дата обращения: 28.03.2021.

Excerpt of the Text and Best Summarizing Techniques to Outline Essentials [Electronic resource]. - <https://www.summarizing.biz/>. Дата обращения: 28.03.2021.

Gardner, R. Writing a One-Sentence Summary [Electronic resource] // Gardner Literary. – 2019. - <https://rachellegardner.com/writing-a-one-sentence-summary/>. Дата обращения: 30.03.2021.

Get the Gist. Summarizing [Electronic resource] // National Behavior Support Service. - [https://www.nbss.ie/sites/default/files/publications/get\\_the\\_gist\\_comprehension\\_strategy\\_0.pdf](https://www.nbss.ie/sites/default/files/publications/get_the_gist_comprehension_strategy_0.pdf). Дата обращения: 31.03.2021.

Kirkland M. R., Saunders M.A.P. Maximizing Student Performance in Summary Writing: Managing Cognitive Load [Text] / M.R. Kirkland, M.A.P. Saunders // TESOL Quarterly, 25(1), 1991. – P. 105-121.

Koneru A. English Language Skills [Text] / A. Koneru. – New Dehli: The McGraw-Hill Companies, 2011. – 491 p.

Quoting, Paraphrasing, and Summarizing [Electronic resource] // Purdue Online Writing Lab. – [https://owl.purdue.edu/owl/research\\_and\\_citation/using\\_research/quoting\\_paraphrasing\\_and\\_summarizing/index.html](https://owl.purdue.edu/owl/research_and_citation/using_research/quoting_paraphrasing_and_summarizing/index.html). Дата обращения: 28.03.2021.

Summarizing [Electronic resource] // Academic English Online. – Queen Mary University of London. – <http://aeo.sllf.qmul.ac.uk/Files/Summarizing/Summarizing.html>. Дата обращения: 27.03.2021.

TOEFL resources [Electronic resource] // Educational Testing Service. – <https://www.ets.org/toefl/test-takers/ibt/resources/>. Дата обращения: 31.03.2021.

Азимов, Э.Г. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) [Текст] / Э.Г. Азимов, А.Н. Щукин. – М.: Издательство ИКАР, 2009. – 448 с.

Бредихин С.Н., Серебрякова С.В., Лиховид А.А. Способы компрессии когнитивной информации в научно-популярном тексте [Текст] / С.Н. Бредихин, С.В. Серебрякова, А.А. Лиховид // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2019, №3. – С. 139-145.

Умерова М.В. Языковая компрессия: виды и уровни реализации [Текст] / М.В. Умерова // Актуальные вопросы современной науки. № 17-1. – Новосибирск: ООО «Центр развития научного сотрудничества», 2011. – С. 260-269.

### Teaching techniques for developing summarizing skills in ESP class with management students

© Domysheva S., Kopylova N., 2021

This article deals with the problem of developing summarizing skills in non-language majors. It substantiates the rationality of developing the skill of giving a written or an oral summary of a text after reading or listening to this text. The authors provide an overview of literature on the topic and analyze their own teaching experience. They discuss different types of summaries, determine main requirements for summaries and describe some summarizing activities and exercises used in ESP class with undergraduate students majoring in management. The article emphasizes the importance of a complex approach to teaching, which means continuous development of summarizing skills at different levels of language learning and in different language activities.

*Keywords:* summarizing, English for Specific Purposes (ESP), communicative competence, linguistic means, critical thinking skills

УДК 65.015

## ПРИМЕНЕНИЕ ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА ПРИ ВНЕДРЕНИИ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В МЕДИЦИНСКОЙ СФЕРЕ

© Дроздова С. И., Кругляк В. А., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье рассмотрено влияние применения процессного подхода к системам менеджмента качества, которое в данном исследовании базируется в основном на инновациях и изменениях в медицинской сфере.

*Ключевые слова:* процесс, процессный подход, мультипроектное управление, медицина, система менеджмента качества, проектная деятельность

На сегодняшний день система здравоохранения в Российской Федерации характеризуется некими проблемами. Данные проблемы несут в себе системный характер и подразумевают собой нерациональное использование финансовых и человеческих ресурсов, неэффективное применение технологичного оборудования, а также недостаточный контроль качества оказания медицинской помощи. В особенности нельзя забывать про системность в процессе управления повышением качества оказания медицинской помощи, что начинает приводить к большому числу медицинских ошибок и значительной трате государственных средств, выделенных на создание системы здравоохранения.

Наиболее значимой проблемой в исследовании является применение неэффективной модели управления и логичного использования имеющихся ресурсов в медицинских учреждениях [1].

Процессный подход обобщает стремление государства стать полноценным участником в международном товарообмене, и подтверждает его значимость в различных отраслях деятельности на основе общепризнанных стандартов управления. Наиболее распространенными стандартами, принятыми в мире, являются стандарты системы менеджмента качества серии ISO 9000, устанавливающие базовый уровень требований для организаций, работающих в условиях международного рынка.

При внедрении системы менеджмента качества в медицинской организации эффективным будет использование проектного подхода как одного из наиболее результативных инструментов внедрения инноваций в практическую деятельность организации.

Цель исследования. Рассмотреть, как с помощью внедрения процессного подхода можно выстроить взаимосвязь между процессами медицинской организации для повышения результативности и эффективности системы с целью достижения намеченных результатов.

Результат исследования. Большинство издержек в системе управления качеством медицинских услуг можно избежать путем внедрения системы менеджмента качества в соответствии с международными стандартами ISO 9000. Эта система ориентирует медицинские организации на адаптацию и применение процессного подхода к оказанию медицинских услуг с помощью повышения степени удовлетворения потребностей стейкхолдеров. Всемирная организация здравоохранения рассматривает проблему качества медицинской помощи с четырех позиций: максимальное выполнение профессиональных функций, оптимальное использование ресурсов, минимальный риск для пациента и максимальная

его удовлетворенность от взаимодействия с медицинской подсистемой. Все эти элементы очень важны для внедрения системы менеджмента качества, в которой одним из ключевых принципов является создание новой модели управления, нацеленной на удовлетворение потребителя и позволяющей успешно достигать организационные цели и планы медицинских учреждений с помощью совершенствования процессов. Все это приведет к финансовому успеху. Система менеджмента качества, ориентированная на принципах и опыте, реализованных в стандартах, помогает организации поддерживать высокие стандарты здравоохранения, а также повышать техническую квалификацию и удовлетворять требования к обслуживанию пациентов [2].

В настоящее время, проект — это комплекс мероприятий, направленный на создание уникальных продуктов и сопутствующих услуг, нацеленный на достижение эффективных результатов, в частности, применяемых для медицинских учреждений. Проект имеет временные рамки и означает то, что у него есть начало и завершение. Такие проекты создаются для достижения длительного и устойчивого результата. Каждый такой проект должен приводить к созданию уникального продукта или услуги. Поэтому проектный менеджмент стоит рассматривать как необходимый инструмент для эффективного внедрения систем инноваций в деятельность медицинского учреждения [3].

Проектное управление создает уникальность всех этапов и работ проекта. Это позволит успешно провести работы, направленные на достижение конкретных и измеримых целей, в условиях ограниченных по времени и ресурсам, и, следовательно, поможет при реализации проекта, а именно:

- решение руководства, то есть изучение теоретической базы для реализации проекта;
- обучение персонала;
- формирование программы внедрения проекта;
- описание и оптимизация процессов;
- разработка нормативной документации;
- тестирование проекта [4].

В медицинской деятельности функционирует множество проектов, которыми нужно управлять. Комплекс объединенных вместе проектов с целью эффективного управления данными работами для достижения стратегических целей называется портфелем проектов. Такой портфель проектов включает в себя следующие проекты, продемонстрированные на рисунке 1:

- управленческие проекты;

- образовательные проекты (обучение персонала, партнеров, студентов путем проведения семинаров, вебинаров, тренингов, конференций);
- проекты медицинской деятельности (планирование, проектирование и предоставление

медицинских услуг, проведение экспертизы качества);

- проекты, связанные с инфраструктурой (реконструкция объектов, зданий, сооружений медицинской организации).



Рис. 1. Портфель проектов

Проекты управления являются основополагающими, поскольку координируют всю основную деятельность медицинской организации. В их основе лежит ISO 9001:2015. Для реализации любого проекта нужно разработать пакет документов, с необходимыми базовыми требованиями, такими как: приказ об инициации проекта, устав проекта, план проекта, матрица ответственности, реестр и матрица рисков.

С помощью проектного управления реализуется внедрение новых принципов и подходов приведет к управлению проектами. Такие проекты предусматривают координацию и консолидацию данных на всех этапах реализации, а также их

подчинение к общим стратегическим целям при независимом управлении.

Таким образом, с помощью системы мультипроектного управления в медицинских учреждениях можно реализовать и обеспечить непрерывное эффективное использование временных, человеческих и материальных ресурсов. Такие ресурсы в основном выделяются на изменениях в технологиях и бизнес-процессах организации с помощью планирования и контроля при реализации проектов. Более детально это можно рассмотреть на примере карты процессов медицинской организации на рисунке 2.

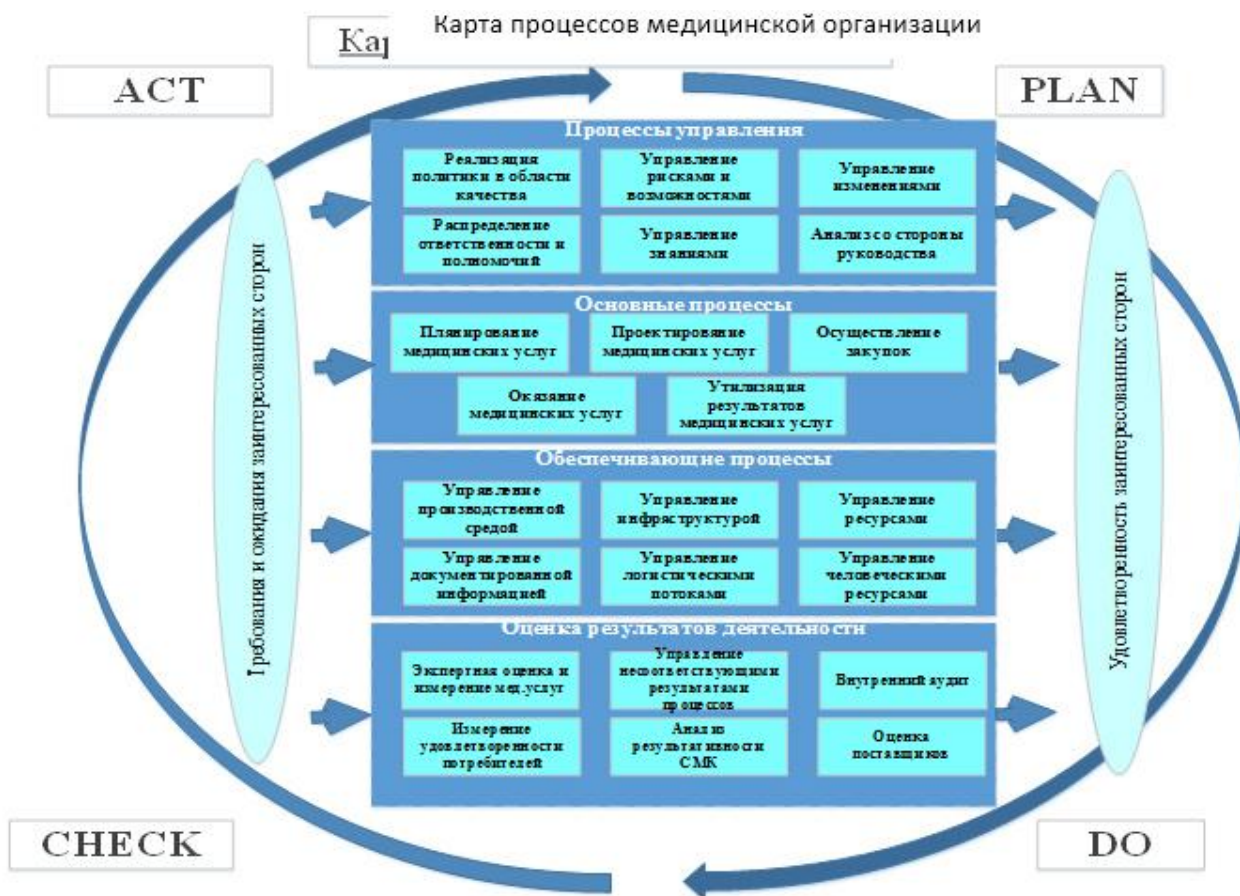


Рис. 2. Карта процессов медицинской организации

На данной карте процессов определены входы и выходы процессов и продемонстрирована взаимосвязь между ними. На уровне каждого процесса осуществляется принцип цикла Деминга (PDCA). В любой медицинской организации можно все ключевые процессы разделить на 4 основные группы: процессы управления, основные (процессы оказания медицинских услуг: начиная с планирования новой услуги, ее проектирования и разработки, закупок лекарственных препаратов, экспертной оценки, заканчивая выполнением услуги, в соответствии с техническими регламентами больницы), обеспечивающие процессы и процессы оценки результатов деятельности.

Каждый процесс является сложным и имеет множество нюансов. Именно поэтому, данный инструмент позволяет визуализировать этапы выполнения всех взаимосвязанных процессов и адаптировать их в любой медицинской организации. Стандартизация процессного подхода позволит упростить управление и добавит возможность оценить показатели эффективности [5]

Процессный подход на примере современной медицинской организации является хорошей возможностью для развития эффективной системы управления. В результате данного исследования была разработана универсальная модель управления медицинской организацией с учетом отраслевой специфики. Также были определены возможности

развития медицинской организации и продемонстрировано применение проектного подхода. ■

1. Ушаков, И.В. Принципы менеджмента качества в здравоохранении с позиции МС ИСО 9000:2000. [Текст] /Ушаков И.В., Князюк Н.Ф. // Сб. ст. Межрегион. науч.-практ. конф. «Актуальные проблемы общественного здоровья и здравоохранения в современных условиях». - Иркутск, 2003

2. Процессный подход и его применение в медицинских учреждениях [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://giefjournal.ru/node/1207> (Дата обращения: 29.07.2020).

3. Процессный подход к управлению: теория и практика применения [Электронный ресурс].- Режим доступа: <https://www.cfin.ru/itm/bpr/t&p.shtml> (Дата обращения: 02.08.2020).

4. Основы процессного подхода [Электронный ресурс].- Режим доступа: <https://www.comindware.com/ru/blog-основы-процессного-подхода> (Дата обращения: 10.08.2020).

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Основы процессного подхода [Электронный ресурс].- Режим доступа: <https://www.comindware.com/ru/blog-основы-процессного-подхода> (Дата обращения: 10.08.2020).

Процессный подход и его применение в медицинских учреждениях [Электронный ресурс].-

Режим доступа: <http://giefjournal.ru/node/1207> (Дата обращения: 29.07.2020).

Процессный подход к управлению: теория и практика применения [Электронный ресурс].- Режим доступа: <https://www.cfin.ru/itm/bpr/t&p.shtml> (Дата обращения: 02.08.2020).

Ушаков, И.В. Принципы менеджмента качества в здравоохранении с позиции МС ИСО 9000:2000. [Текст] /Ушаков И.В., Князюк Н.Ф. // Сб. ст. Межрегион. науч.-практ. конф. «Актуальные проблемы общественного здоровья и здравоохранения в современных условиях». - Иркутск, 2003

---

## Application of the process approach to the implementation of quality management systems in medicine sphere

© Drozdova S., Kruglyak V., 2021

This article discuss the impact of the process approach to quality management systems which in this study is based mainly on innovations and changes in the medical field.

*Keywords:* process, process approach, multi-project management, medicine, quality management system, project activity

---

УДК 658.562

## ОСНОВНАЯ КОНЦЕПЦИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ПРИНЦИПЫ ВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

© Дроздова С. И., Кругляк В. А., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Ведение бухгалтерского учёта является необходимым для любой организации, осуществляющей свою деятельность в рамках выбранной сферы. Вне зависимости от профиля деятельности организации, ведение учета состояния имущества является необходимым как со стороны законодательной среды, так с точки зрения поддержания жизнеспособности организации в целом. Эффективная система бухгалтерского учёта, выстроенная по принципам современных концепций, способна повысить качество информации, формируемой в ходе операций бухгалтерского учёта, а также позволить ей удерживать устойчивую позицию и сохранять открытость финансовых операций.

*Ключевые слова:* бухгалтерский учет, концепции бухгалтерского учета, современные принципы бухгалтерского учета

З а последнее время экономика России претерпела множество коренных изменений. Переход от планового характера экономики к рыночному подразумевал перестроение имеющихся систем бухгалтерского учёта под условия новой рыночной политики.

В конкурентных условиях свободного рынка было необходимо определить единые правила и требования ведения бухгалтерского учёта не только для того, чтобы удовлетворить требования, предъявляемые заинтересованными сторонами, но и для того, чтобы получить для анализа общую картину развития рынка. Необходимость трансформации имеющейся плановой концепции побудило учёных к созданию единой концепции бухгалтерского учёта в рыночной экономике России [2].

Цель исследования. Исследование основной концепции ведения бухгалтерского учета и современных принципов ведения бухгалтерского учета, используемых в России.

Результаты исследования. Основная концепция бухгалтерского учёта в России была сформирована и одобрена методологическим советом по бухгалтерскому учету при Минфине РФ, Президентским советом ИПБ РФ 29.12.1997. Данная концепция включает в себя общие положения о ведении бухгалтерского учёта, определяет его

основные цели, пути их достижения и требования, предъявляемые к организации.

В состав утвержденной концепции входят:

1. Общие положения о бухгалтерском учёте. В данном разделе описаны основные характеристики концепции, её задачи и цели;
2. Цель бухгалтерского учёта. Здесь речь идёт о целях ведения системы бухгалтерского учёта и их соответствия требованиям заинтересованных сторон.
3. Основы организации бухгалтерского учёта — необходимы действия для реализации учёта и поставленных целей. В данном подпункте указано, на что нужно делать акцент при построении системы бухгалтерского учёта в организации;
4. Содержание информации, формируемой в бухгалтерском учёте. Описывается то, какого рода информация необходима к раскрытию в процессе учёта и получение тех или иных данных влияет на дальнейшую работу организации в целом;
5. Требования к информации, формируемой в бухгалтерском учёте. В данном разделе описываются требования, которым должна соответствовать раскрываемая информация. Выдвигаются рекомендации по раскрытию данных, а также необходимые аспекты информационного оборота на внутреннем и внешнем уровне организации. Подчеркивается особая важность



сбора и анализа информации в ходе бухгалтерского учёта;

6. Состав информации, формируемой в бухгалтерском учёте для внешних пользователей — описывает элементы бухгалтерского учёта, необходимые для отражения в отчётностях для внешних контрагентов организации;

7. Критерии признания активов, обязательств, доходов и расходов. Здесь описываются общепринятые критерии, по которым определяются основные финансовые показатели для бухгалтерской отчётности;

8. Оценка активов, обязательств, доходов и расходов. В данном подпункте описывается формализация процесса оценки активов, обязательств организации, её доходов и издержек [3].

Существующая, общепринятая и утвержденная концепция бухгалтерского учёта в России призвана обеспечить благоприятный климат для ведения деятельности для всех участников рынка. Общие требования и правила формируют единую концепцию ведения бухгалтерского учёта, что стандартизирует операции финансовой отчётности и предоставляет заинтересованным сторонам доступ к необходимой информации об организации. Перед концепцией ставятся не только цели по введению единых требований и стандартов, но и по развитию систем бухгалтерского учёта в целом, повышению качества информации, предоставляемой организациями, а также создания инфраструктуры для применения международных практик учёта [5].

Помимо основной утвержденной правительством концепции, существуют и другие обще используемые правила ведения бухгалтерского учёта, соблюдаемые всеми участниками рынка. Эти концепции представляют собой своды правил, по которым формируется финансовая отчётность организаций. В качестве основных концепций ведения бухгалтерского учёта выделяются следующие принципы.

1. Принцип начисления или концепция наращивания;

Данная концепция означает, что учёт доходов и расходов организации ведётся в момент их возникновения, а не после их получения или выплаты. Операции и события включаются в финансовую отчётность тех периодов, в ходе которых они были осуществлены. Отчётность, составленная по данному принципу, информирует участников не только о прошлых проведенных операциях, но и о будущих обязательствах и ресурсах, с помощью которых в будущем будут получены денежные средства.

2. Принцип непрерывности деятельности или концепция действующего предприятия;

Эта концепция предполагает формирование финансовой отчётности предприятия с учётом того, что оно собирается продолжать своё существование в обозримом будущем, а значит, ее активы не

оцениваются отдельно друг от друга, за исключением случаев свидетельства ликвидации организации. Это позволяет получать достоверную информацию о финансовой деятельности организации и планов её деятельности [1].

3. Принцип неизменности;

Этот принцип предполагает ведение отчётности за последующий период без изменения методов бухгалтерского учёта. Это поможет выработать стабильную систему, которая будет предоставлять необходимую информацию на постоянной основе, без изменения способов её получения, что позволит отслеживать динамику показателей и прогнозировать будущие результаты.

4. Принцип осторожности.

Данный принцип требует ведение отчётности на консервативной основе, то есть записи поступления прибыли или дохода во время реального поступления денежных средств, а записи убытков еще в момент их прогнозирования. Это позволит организациям надежнее формировать отчётность и снижать риски потерь во время финансовых и производственных операций [4].

Выводы. Существующие концепции и принципы ведения бухгалтерского учёта в России позволяют участникам деловых отношений предоставлять нужную информацию и вести процессы учёта денежных и имущественных средств более эффективно и менее рискованно. Следуя данным принципам, организации повышают свою устойчивость на рынке и эффективность ведения экономической деятельности, вместе с тем предоставляя стейкхолдерам требуемую информацию стандартизировано и в полном объеме. ■

---

1. Гордова М.А. Роль концепции бухгалтерского учёта в развитии экономики [Электронный ресурс] // Cyberleninka. – Электрон. Дан. – М., 2015. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/rol-kontseptsii-buhgalterskogo-ucheta-v-razviti-ekonomiki> (Дата обращения: 05.03.2021).

2. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учёт: Учеб. Пособие / Н.П. Кондраков. – М.: Инфра – М, 2002. – 155с

3. Концепция бухгалтерского учёта в рыночной экономике России [Электронный ресурс] // PPT.RU. – Электрон. Дан. – СПб., 2012. – URL: <https://ppt.ru/docs/kontseptsiya/59461> (Дата обращения: 10.03.2021).

4. Концепции бухгалтерского учёта. Финансовый словарь Финам [Электронный ресурс] // Академик. – Электрон. Дан. – М., 2008. – URL: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin\\_enc/34189](https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/34189) (Дата обращения: 12.03.2021).

5. Основы бухгалтерского учёта. Бухгалтерский учёт в системе финансового управления / В.Р. Банк, А.А. Солоненко, Т.А. Смелова, Б.А. Карташов / ВолГТУ. – Волгоград, 2006. – 84 с.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Гордова М.А. Роль концепции бухгалтерского учёта в развитии экономики [Электронный ресурс]

// Cyberleninka. – Электрон. Дан. – М., 2015. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/rol-kontseptsiibuhgalterskogo-ucheta-v-razvitiiekonomiki> (Дата обращения: 05.03.2021).

Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет: Учеб. Пособие / Н.П. Кондраков. -М.: Инфра – М,2002. - 155с

Концепции бухгалтерского учёта. Финансовый словарь Финанс [Электронный ресурс] // Академик. – Электрон. Дан. – М.,2008. – URL: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin\\_enc/34189](https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/34189) (Дата обращения: 12.03.2021).

Концепция бухгалтерского учёта в рыночной экономике России [Электронный ресурс] // PPT.RU. – Электрон. Дан. –СПб., 2012. - URL: // <https://ppt.ru/docs/kontseptsiya/59461> (Дата обращения: 10.03.2021).

Основы бухгалтерского учета. Бухгалтерский учет в системе финансового управления / В.Р. Банк,

А.А. Солоненко, Т.А. Смелова, Б.А. Карташов /ВолгГТУ. – Волгоград, 2006. – 84 с.

## Basic concept and contemporary accounting principles in the Russian federation

© Drozdova S., Kruglyak V., 2021

Accounting is necessary for any organization operating within the chosen domain. Regardless of the nature of the organization's activities, the maintenance of property records is necessary both in the legislative environment and in maintaining the viability of the organization. An effective accounting system, based on the principles of contemporary concepts, can improve the quality of information generated by accounting operations, as well as enable it to maintain a stable position and keep financial transactions open.

*Keywords:* accounting, accounting concepts, modern accounting principles

УДК 339.926

## АНАЛИЗ ПРОБЛЕМЫ СПРАВЕДЛИВОСТИ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ МИРОВОГО БОГАТСТВА МЕЖДУ СТРАНАМИ

© Дятлов С. П., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Для любого человеческого общества характерно неравенство в распределении ресурсов и, как следствие, доходов. В современном мире этот вопрос все еще является острым и порождает противоречие, потому что, с одной стороны, тенденциями развития являются идеи общества справедливости и всеобщего благосостояния, с другой стороны, мы имеем неравные возможности людей, следовательно, данная проблема является актуальной. В данной статье будут рассмотрены причины возникновения данной проблемы, текущее состояние и предложен вариант ее решения.

*Ключевые слова:* экономика, ресурсы, мировое богатство, государство, социальное неравенство

**К**ритерий справедливости при делении благ в разные эпохи отличался друг от друга. Например, при феодальном строе считалась нормальной и честной политика, при которой дворянство распоряжается практически всеми благами.

Со временем взгляды на этот счет неоднократно менялись, претерпевали развитие. Достаточно популярным было мнение, что социальная справедливость раскрывается в возможности конкурировать на равных началах с другими, особенно среди либералов [1]. Однако в современных экономических реалиях, сопровождающих общество на данном этапе развития, невозможно всех людей поставить в равные стартовые условия. Конечно, ведутся эксперименты с базовым доходом, но его внедрение под большим вопросом, тем более в развивающихся странах, как раз-таки которые в большинстве своем и нуждается в ином распределении мирового богатства. Отчасти все зависит от того, в какой

стране человек появился на свет. Существует множество концепций, объясняющих корни неравенства государств, но именно институциональный детерминизм наиболее полно характеризует эту проблему и отвечает на вопрос, почему одни страны богатые, а жители других погрязли в нищете, так как использует системный подход, рассматривая географические, культурные, социальные и политические различия как взаимосвязанные элементы [2]. Согласно исследованиям, проведенным в 2014 году швейцарцами, половина населения мира владеет суммарно менее чем 1% благ [3]. Достаточно взглянуть на индекс человеческого развития или потенциала человека, включающий в себя среднюю продолжительность жизни, количество лет обучения и ВВП на душу населения, который наглядно показывает, как развитые страны Северной Америки и Европы превосходят по данным показателям страны Центральной Америки и Африки.

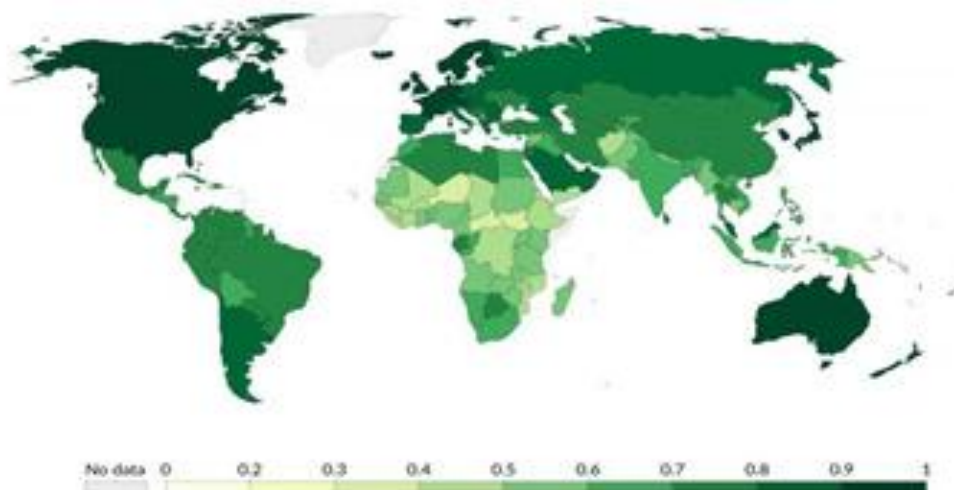


Рис. 1. Индекс человеческого развития [4]

Таким образом, имеются тезис и антитезис, которые должны породить синтез, в рамках которого могут быть разработаны правила и принципы справедливого распределения ресурсов между странами.

Выделяют четыре основных взгляда на справедливость: эгалитарный, роулсианский, утилитарный и рыночный [5]. Первые три подхода в той или иной степени основываются на том, что честное распределение благ будет достигнуто при равном распределении ресурсов между населением стран. Но при рыночной экономике, которая сейчас распространена, равный доход всех людей невозможен. Вероятно, если бы весь мир стал единой плановой экономикой, то насильно можно было бы добиться равенства, но такой вариант крайне сильно отразился бы на эффективности экономики. Во-первых, страны обладают неравными производственными мощностями, соответственно, половина из них не сможет внести существенный вклад в общую экономику. Конечно, можно специально перевозить в эти страны оборудование, приводить специалистов, которые бы обучали местное население, но это приведет к огромным затратам. Во-вторых, такое большое количество людей проблематично контролировать, поэтому крайне высока вероятность появления неформальных лидеров, которые будут узурпировать власть и экспроприировать имущество; особенно остро этот вопрос будет стоять в странах, которые сейчас и страдают от неравенства, потому что их политические системы уже на данном этапе построены таким образом, что элита получает практически все, и большинство их населения уже живут с таким режимом. Кроме того,

в этих государствах крайне сильны различные традиции и культурные особенности, и все это в совокупности приведет к неравному распределению ресурсов. В-третьих, экономика пойдет на спад, потому что те, кто практически не работают, будут продолжать это делать, потому что они все равно получают положенную сумму, а у инициативных и ранее обеспеченных людей также будет отсутствовать мотивация, так как заработанные ими денежные средства будут в большей степени отобраны.

Рыночный же метод имеет кардинально другое видение справедливости, в рамках которого доходы людей, организаций, стран формируются на основе имеющихся у них факторов производства и законов спроса и предложения, но этот подход не будет справедлив с социальной точки зрения в общепринятом ее понимании [5]. Тем не менее, данный метод будет наиболее актуальным ввиду существующей экономической системы. Определенно, рыночное распределение доходов далеко не гарантирует каждому человеку достойный уровень дохода, в этом и состоит социальная несправедливость рынка. При рыночной экономике основу государственного бюджета составляют налоги, и одной из функций налогов является перераспределение средств между населением [6]. Качество выполнения этой функции в разных странах мы можем увидеть с помощью индекса Джини. В развитых государствах с определенным успехом удалось достичь распределения доходов, что проявляется в росте среднего класса, уменьшении количества людей за чертой бедности, стабильном количестве обеспеченного населения.

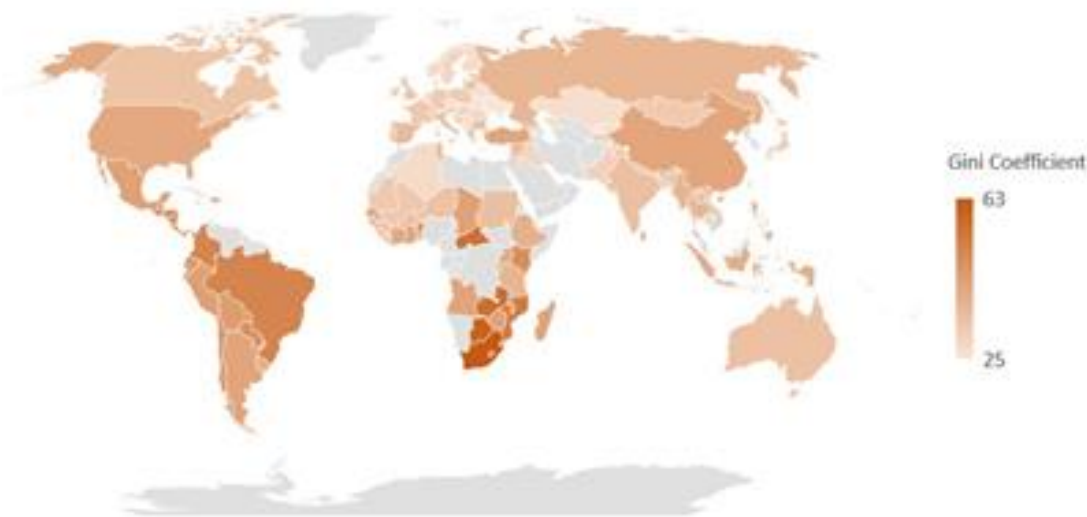


Рис. 2. Коэффициент Джини по странам [7]

Определенно, что для разработки полноценного справедливого распределения ресурсов необходимо участие всех государств, что означает сотрудничество с местным правительством, готовность руководящих органов взаимодействовать и быть частью всемирных организаций и объединений. Ниже будет предложен вариант распределения ресурсов между государствами через теорию общемирового бюджета, который мог бы формироваться для помощи развивающимся странам. Для объективной формулировки принципов и правил справедливого распределения ресурсов необходимо проанализировать опыт государств, которые имеют соответствующие достижения в социально-экономической сфере. Большая часть из этих стран имеет прогрессивную шкалу налогообложения, поэтому она и будет взята за основу рассматриваемой идеи. Если подойти к вопросу в мировом масштабе, то одним из показателей экономического успеха является количественный показатель ВВП на душу населения; его размер станет основой ступеней, от которых будет зависеть процент вклада государства в общемировую бюджет. Примечательно, что в данном случае процент будет браться с той суммы, которая превышает ступень. Например, страна с доходом до 100 у.е. будет платить 1% налога, а страна с доходом в 101 у.е. будет также платить 1% и вдобавок 1.5% с той суммы, которая превышает 100 у.е. и так далее. При такой политике страны не будут заинтересованы в том, чтобы произвести меньше для того, чтобы попасть на предыдущую налоговую ступень, так как их труд все равно будет оправдан. Из полученной суммы средства будут распределяться в соответствии с этим же показателем, но в обратном порядке, то есть страна с наименьшим доходом получит право наибольший процент в качестве помощи. Но необходимо также учитывать и количество населения, которое проживает в рассматриваемой стране, поэтому

итоговый процент будет взят, как средний между процентом населения данного государства от общего числа людей и величиной процента ВВП на душу населения от итоговой суммы по данному показателю.

Определенно данная теория не предполагает простую передачу денег правительству, потому что это приведет к коррупции, и в таком случае, как показывает практика, в разы меньше средств доходят до населения. Для функционирования системы справедливого распределения ресурсов необходимо проведение качественных изменений всех институтов, в которых имеются проблемы, потому что политика, уровень образования, культура и другие факторы влияют на экономику, а не ее несовершенство является источником всех проблем. Особое внимание должно быть уделено политике и правительству, так как от них зависит многое в существовании государства, потому что именно от них исходят законодательство и его специфика, которые регулируют жизнь населения. Распределенные средства должны быть некоторой инвестицией в данное государство, в его дальнейшее развитие. Деньги будут возможностью приобрести сырье, технологии, оборудование, при должном контроле за их судьбой путем открытой системы отчета о госзакупках. В случае недобросовестного управления полученными средствами против правительства будут вводиться санкции, ограничивающие их доступ к денежной помощи, которая теперь будет поставляться в натуральном виде. При корректном функционировании данных принципов и правил первоначальные ресурсы будут распределяться более равномерно, но при этом законы рынка, спроса и предложения будут продолжать функционировать, их влияние на итоговый доход сохраняется, что в совокупности приведет к справедливому распределению ресурсов.

Для решения проблемы справедливого распределения ресурсов, являющейся актуальной,

неоднозначной и многогранной, требуется введение принципов и правил, основывающихся не только на налогообложении, но и в том числе на изменении и контроле различных институтов общества. Введенные меры будут отвечать социальным требованиям и не приводить к уменьшению экономической эффективности и резкому падению доходов граждан развитых государств. ■

1. Ланцов, С. А. Политология : учебник для академического бакалавриата / С. А. Ланцов — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 454 с. — (Серия : Бака- лавр. Академический курс).

2. Дарон Аджемоглу, Джеймс А. Робинсон. Почему одни страны богатые, а другие бедные. Происхождение власти, процветания и нищеты: АСТ; Москва; 2015-1011 с.

3. На Земле живут 62 человека? [электронный ресурс]

4. URL: <https://www.google.com/amp/s/rg.ru/amp/2016/01/19/bogachi.html> (Дата обращения: 2.03.21)

5. The Human Development Index around the world [электронный ресурс]

6. URL: <https://ourworldindata.org/human-development-index> (Дата обращения: 2.03.21)

7. Эффективность и справедливость. [электронный ресурс]

8. URL: <http://www.bibliotekar.ru/cenacenoobrazovanie-3/126.htm> (Дата обращения: 2.03.21)

9. Обществознание: Новый полный справочник для подготовки к ЕГЭ / П.А. Баранов, А.В. Воронцов, С.В. Шевченко; под ред. П.А. Баранова. 3-е изд., перераб. И доп. — Москва: АСТ, 2017. — 542 с.

10. What is the Gini Coefficient? [электронный ресурс]

11. URL: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/economics/gini-coefficient/> (Дата обращения: 2.03.21)

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

The Human Development Index around the world [электронный ресурс] URL: <https://ourworldindata.org/human-development-index> (Дата обращения: 2.03.21)

What is the Gini Coefficient? [электронный ресурс] URL: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/economics/gini-coefficient/> (Дата обращения: 2.03.21)

Дарон Аджемоглу, Джеймс А. Робинсон. Почему одни страны богатые, а другие бедные. Происхождение власти, процветания и нищеты: АСТ; Москва; 2015-1011 с.

Ланцов, С. А. Политология : учебник для академического бакалавриата / С. А. Ланцов — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 454 с. — (Серия : Бака- лавр. Академический курс).

На Земле живут 62 человека? [электронный ресурс] URL: <https://www.google.com/amp/s/rg.ru/amp/2016/01/19/bogachi.html> (Дата обращения: 2.03.21)

Обществознание: Новый полный справочник для подготовки к ЕГЭ / П.А. Баранов, А.В. Воронцов, С.В. Шевченко; под ред. П.А. Баранова. 3-е изд., перераб. И доп. — Москва: АСТ, 2017. — 542 с.

Эффективность и справедливость. [электронный ресурс] URL: <http://www.bibliotekar.ru/cenacenoobrazovanie-3/126.htm> (Дата обращения: 2.03.21)

### Analysis of the problem of the unfair distribution of world wealth between countries

© Dyatlov S., 2021

Any human society is characterized by inequality in the distribution of resources and, as a result, people's income. In modern world, this issue is acute and generates a contradiction because, on the one hand, the ideas of a society of justice are the development trends, on the other hand, we have unequal opportunities for people; therefore, this problem is relevant. This article discusses the causes of this problem, current situation, and suggests variant of solution.

*Keywords:* economy, resources, world wealth, country, social inequality

УДК 331.108

## ЗАРУБЕЖНЫЙ И ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ ВНЕДРЕНИЯ ГЕЙМИФИКАЦИИ В СИСТЕМУ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ СОВРЕМЕННЫХ КОМПАНИЙ

© Зуева З. В., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Применение геймификации в управлении персоналом — один из трендов последнего десятилетия. Геймификация способствует развитию и вовлечению сотрудников, тем самым позволяя достичь множества целей, таких как, повышение производительности и морального духа сотрудников, сокращение текучести кадров и т.д. На сегодняшний день существуют много примеров того, как инструменты геймификации помогают компаниям эффективно управлять своими трудовыми ресурсами. Основываясь на громких историях успеха, с каждым годом все больше компаний рассматривают возможность внедрения геймификации в свои бизнес-процессы. В данной статье рассмотрены наиболее яркие примеры зарубежного и отечественного опыта внедрения геймификации в систему управления персоналом, проанализированы результаты их внедрения, а также сформулированы текущие проблемы и перспективы развития данного инструмента.

Технологии и цифровые преобразования в XXI веке производят революцию в сфере управления персоналом. Если еще несколько лет назад бизнес-сообщество скептически относилось к играм, то сегодня геймификация стала широко использоваться в качестве эффективного инструмента, способствующего улучшению управления персоналом как в России, так и за рубежом.

Эффективность геймификации в современном мире обусловлена несколькими причинами:

- ростом числа представителей поколения Y и Z на рынке труда;
- популярностью компьютерных игр;
- развитием информационных технологий и снижением стоимости их внедрения.

Один из ведущих экспертов в области геймификации, Кевин Вербах, определяет геймификацию как «применение игрового мышления и игровых элементов в неигровых контекстах» [1]. В качестве игровых элементов могут выступать бизнес-симуляторы, а также такие компоненты, как очки, значки, уровни, таблицы лидеров, бэйджи и различные интерактивные мероприятия, направленные на вовлечение персонала в бизнес-процессы.

Геймификация уже доказала свою ценность в важнейших функциях управления персоналом, включая подбор и найм, адаптацию, мотивацию, вовлечение сотрудников и обучение. Она также предоставляет бесценные данные о том, как работают сотрудники, обеспечивая понимание для формирования будущих стратегий работы с персоналом. Внедрение геймификации — это отличный способ улучшить управление персоналом в конкурентную эпоху. Использование игровой механики при найме, обучении и развитии решает сложные проблемы, налаживает межличностное общение и создает прочные отношения на рабочем месте, кроме того, она способствует повышению мотивации сотрудников и снижению текучести кадров. Инструменты геймификации способствуют созданию здоровой среды в компании, в которой участие сотрудников конструктивно ценится работодателем.

Такие зарубежные компании как Deloitte, Salesforce, Manhattan Associates, Target, Marriot, Formaposte, PwC и многие другие уже давно извлекают выгоду из инновационного инструмента управления персоналом. Рассмотрим ниже несколько историй успеха того, как эти компании использовали геймификацию для эффективного управления своими сотрудниками.

Правильное обучение и процесс адаптации сотрудников имеют решающее значение для успеха организации. Но часто бывает сложно мотивировать сотрудников заниматься самообразованием. Отличным примером компании, которая

смогла успешно внедрить геймификацию в процесс обучения, является Deloitte.

После того, как в компании запустили программу повышения квалификации менеджеров, получившей название «Академия лидерства Deloitte», руководство столкнулось с проблемой вовлечения сотрудников в прохождение учебных курсов.

Для того чтобы заинтересовать сотрудников, Deloitte внедрила элементы геймификации, такие как таблицы лидеров, миссии и значки, в свою программу онлайн-обучения. Так, например, самая первая миссия заключается в просмотре видеоролика, в котором рассказывают о пользе самообразования и его практической выгоды.

Благодаря геймификации, компании удалось донести до своих сотрудников полезность образовательных курсов. В результате количество пользователей, возвращающихся на сайт, увеличилось на 46 %, а освоение курсов ускорилось на 50 %. Обучение в программе уже приняли более 50 000 менеджеров из 150 стран мира.

Помимо этого, Deloitte оцифровала и геймифицировала процесс адаптации. Компания создала виртуальный тур по офису, который устроен в формате видеоигры. Новым сотрудникам предоставляется возможность принять участие в работе виртуального офиса, поговорить с местными сотрудниками и узнать больше об их офисной культуре.

Кроме обучения, геймификация также может использоваться для повышения производительности труда сотрудников. Возможно, лучший пример внедрения геймификации для повышения производительности можно найти в «Salesforce».

Столкнувшись с суровой реальностью, что 50 % всех внедрений CRM проваливаются, Salesforce превратили свою CRM-систему в аналог игры про охоту под названием «Big Game Hunter». Игра направлена на оптимизацию процессов привлечения потенциальных клиентов и завершения сделок в компании за счет использования конкурентной среды. В компании поняли, что в условиях, когда менеджеры по продажам ежедневно сталкиваются с отказами, которые могут их демотивировать, просто необходим стимул, который будет поддерживать желание сотрудников двигаться дальше. «Big Game Hunter» связывает программное обеспечение для управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) с механикой геймификации, которая позволяет sales-командам соревноваться друг с другом за признание и даже призы. Результатом геймификации стало повышение эффективности работы отдела продаж на 40 %.

Французская почтовая служба Formaposte использовала геймификацию для решения одной из самых насущных проблем — текучести кадров.

Суть проблемы заключалась в том, что новые сотрудники один за другим покидали компанию после испытательного срока, что серьезно сказывалось на бюджете подбора и найма. Чтобы повысить уровень удержания сотрудников, компания обратилась к геймификации. Formaposte запустила игру «Jeu Facteur Academy», которая позволяла игрокам (потенциальным кандидатам) «прожить» неделю в роли почтового оператора, выполняя различные задания — от раннего подъема до ознакомления с принципами работы и общения с клиентами. В результате кандидаты получают наиболее точное представление о своей будущей работе, еще до того, как присоединятся к ней. Благодаря геймификации, Formaposte удалось снизить текучесть кадров с 25 % до 8 %, а игра стала неотъемлемой частью процесса найма персонала.

Крупный американский разработчик систем управления складами и цепями поставок Manhattan Associates использует инструменты геймификации для повышения мотивации и продуктивности складских сотрудников.

Элементы геймификации были внедрены в компанию с помощью специально разработанного мобильного приложения «Manhattan Active Labor Management» в 2020 году. Приложение содержит в себе персональные задания для сотрудников, выполнение которых оценивается баллами, рейтинговую таблицу и виртуальный магазин, в котором можно потратить заработанные баллы. В свою очередь, для руководителей складов была разработана панель управления, показывающая усредненные показатели всего коллектива и эффективность отдельных процессов. Также руководители могут отправлять персонализированные сообщения сотруднику, которые содержат рекомендации по улучшению показателей или отзыв от руководителя. Такое взаимодействие позволяет выстраивать эффективную обратную связь.

Еще одна компания, которая решила проблему обратной связи с сотрудниками посредством инструмента геймификации, стала сеть магазинов розничной торговли Target.

Компания представила нецифровой способ общения со своими менеджерами в режиме реального времени, поскольку было замечено, что кассиры редко получали обратную связь от своих линейных менеджеров. Благодаря игровой системе, кассиры Target получали обратную связь в реальном времени с помощью мигающих красных и зеленых лампочек, чтобы показать, что товары были отсканированы оптимальным образом. Это помогло компании улучшить внутреннюю коммуникацию, а также заинтересованность сотрудников, поскольку до этой концепции кассиры не знали, насколько эффективно их общение с менеджером [2].

Известным примером внедрения геймификации в процесс подбора персонала является компания PwC в Венгрии и ее игра «Multipoly». Игра позволяет различным кандидатам на работу

проверить свои возможности и навыки. Игра имитирует культуру труда в организации. Кандидаты обязаны работать в командах и решать реальные бизнес-задачи. Процесс геймификации помог компании увеличить количество сотрудников и нанять высококвалифицированных кандидатов. С тех пор геймификация для набора персонала используется различными ведущими организациями мира.

Так, например, сеть отелей Marriott International вдохновилась идеей PwC и создала свою игру «My Marriott Hotel», которая предлагает кандидатам управлять виртуальным отелем. Она включает в себя все аспекты управления, начиная от дизайна ресторана, обслуживания гостей, закупки инвентаря и т. д. В игре есть различные уровни, и игрокам начисляются очки в зависимости от общего уровня обслуживания клиентов. Деловая игра, основанная на моделировании рабочего процесса, подготавливает и тестирует кандидатов для реальных сценариев работы.

Рассматривая опыт внедрения элементов геймификации в систему управления персоналом российских компаний, можно отметить, возрастающее число успешных кейсов внедрения геймификации не только в крупных компаниях, но и в мелких фирмах. В российской практике инструменты геймификации начали внедрять еще в начале 2010-х, тем не менее, геймификация в области управления персоналом все еще находится на стадии развития.

Из числа организаций, осуществляющих свою деятельность на территории России и успешно использующих технологию геймификации в управлении персоналом, можно выделить компанию «Газпром». Внедрение геймификации в общекорпоративную систему управления знаниями и инновациями, позволило повысить вовлеченность сотрудников в корпоративное обучение.

Игровые техники вовлечения были внедрены уже в существующий портал знаний на базе готовой платформы LMS WebTutor. Компания «Газпром» одновременно сделала упор на два изменения в своем портале: UX — улучшение пользовательского опыта (траектории, элементы, социальные сети и др.) и внедрение небольших элементов геймификации (прогресс-бар, награды, игровая валюта).

Уже в первый месяц после запуска был отмечен высокий уровень активности сотрудников на портале. Спрос на дистанционные курсы увеличился, пошли запросы на создание сообществ и организацию обучения в рамках корпоративного университета Газпрома. Согласно статистике, за первый год работы платформы количество слушателей составило 32356 человек. В ходе прохождения курсов было заработано 320 955 единиц игровой валюты — «баррелей», заполнено 2455 личных профилей, а также загружено более 1400 документов.



Еще одним проектом внедрения геймификации в «Газпром» является виртуальный квест-тур по компании. Основной целью тура является помощь новым сотрудникам в знакомстве с различными подразделениями компании и их внутренними процессами. Тур подразумевает посещение корпоративного центра, нефтеперерабатывающих предприятий, АЗС и позволяет познакомиться с процессом добычи нефти. Различные задания, которые встречаются во время прохождения тура, позволяют новичкам лучше запоминать новую информацию.

Идея использования геймификации в качестве инструмента нематериальной мотивации персонала была реализована среди разработчиков социальной сети «Одноклассники». Программисты столкнулись с распространенной в ИТ-сфере проблемой — устранением ошибок. Критические ошибки устранялись сразу, в то время как менее важные ошибки откладывались до тех пор, пока не появится свободное на них время. Со временем они накапливались, так как специалисты не были заинтересованы в их устранении по нескольким причинам:

- устранение ошибок монотонный и утомительный процесс;
- никто не хотел исправлять чужие ошибки;
- KPI сотрудников не предусматривал такую работу;
- разработчики были загружены своими задачами.

Перед руководством стояла задача изменить отношение разработчиков к данной работе, повысив их мотивацию к устранению низкоприоритетных ошибок.

Решением стало разработка онлайн-платформы, которая в игровом формате позволяла разработчикам воспринимать устранение ошибок не как бессмысленную трату времени, а как реальную помощь людям. Игра под лозунгом «ИТ-профессионалы спасают мир!» предусматривала игровой процесс, в котором каждому разработчику предлагалось устранить определенное количество ошибок и получить за это виртуальную награду — бейджи, например, «HTML Step 3», «Непростая задача» и т.д. Такие виртуальные награды позволяли отражать прогресс каждого разработчика, прокачивать профессиональные навыки. Помимо этого, игровые механики способствовали совершенствованию работе в команде, так как в игре были не только индивидуальные, но и командные зачеты.

Спустя 5 дней после тестового запуска данного инструмента, были получены следующие результаты:

- за 5 дней в игру включились ¼ от общего числа разработчиков;
- было исправлено более 50 % ошибок;

некоторые команды проявляли активность по собственному желанию на платформе в нерабочее время.

Игра давала возможность разработчикам проявить себя, что поощрялось наградами и отмечалось руководством компании. Все достижения отражались в режиме реального времени в общей ленте активности. Это мотивировало специалистов показать себе и коллегам свои силы и способности.

С помощью платформы руководству удалось значительно повысить командный дух среди разработчиков, так как каждый разработчик имел возможность поработать в группе по интересам. Такое внедрение геймификации стало мини-тренингом командообразования, напомнив специалистам, что вместе они могут без труда решать очень сложные задачи.

Еще одной компанией, которая успешно внедрила геймификацию, является «Группа Черкизово» — крупнейший российский производитель мясной продукции. Перед руководством стояла задача сформировать систему нематериальной мотивации для отдела продаж, а также выработать системный подход к обучению персонала с процессом «выращивания звезд» внутри компании.

Компания разработала внутреннюю систему автоматизации продаж с элементами игры — онлайн-платформу SalesBoostSystem (SBS). Каждый квартал топ-менеджеры оценивают работу сотрудников на платформе и начисляют премии, выраженные в игровой виртуальной валюте компании. Кроме того достижения сотрудников регистрируются в «Зале славы». Премию можно потратить в виртуальном магазине SBS на базе платформы. За ассортимент в магазине и доставку отвечает маркетплейс OZON.

В SalesBoostSystem существуют рейтинги, формирующиеся на основе объективной автоматической оценки достижения качественных показателей. Рейтинги показывают, насколько правильно каждый сотрудник формирует перспективу собственных операционных показателей. Кроме того, в SalesBoostSystem отражено кадровое развитие, которое геймифицировано посредством ранговой лестницы. Игра рассчитана на перспективу использования более 1 года.

Геймификация, помогла сотрудникам позитивно относиться к изменениям. Она стимулировала персонал самостоятельно изучать и внедрять новый бизнес-процесс контроля наличия продуктов на полках. Благодаря геймификации была повышена вовлеченность сотрудников коммерческих блоков и исполнение стандартов в регионах до 98–100 %. Это дало рост продаж на 9 % еще на этапе «пилотного» запуска.

Эффективность применения геймификационных элементов в обучении продемонстрировал проект в международной торговой сети магазинов



строительных и хозяйственных товаров «ОБИ». Компания использовала технологию геймификации для организации процесса обучения и ускорения развития менеджеров.

Суть проекта заключалась в разработке и внедрении бизнес-симуляции «Ритмен» (сокращено от «Ритейл Менеджер») в систему управления персоналом. «Ритмен» был реализован в виде компьютерной игры, имитирующей работу условного магазина «ОБИ». Целью данного инструмента было развитие навыков менеджеров в управлении продажами, затратами, сервисом и персоналом магазина. Кроме того, он позволял на практике расставлять приоритеты, самостоятельно принимать решения и просчитывать возможные риски.

На разработку и тестирование бизнес-игры ушло больше 12 месяцев. Для того чтобы создать максимально реалистичную симуляцию разработчикам симуляции пришлось детально изучить все бизнес-процессы компании вместе с топ-менеджерами. Участникам симуляции предлагалось пройти реальные ситуации: от проведения инвентаризации до урегулирования конфликтов с покупателями.

Достижение в бизнес-симуляции определенного уровня, путем выхода на установленную для этого уровня прибыль является обязательным условием для сотрудника, который претендует занять руководящую должность. За время существования бизнес-симуляции, в роли директора попробовали себя более 900 человек.

Геймифицированный подход позволил компании сократить затраты на обучение персонала на 30 %, время обучения одного руководителя на 85 % и текучесть сотрудников, проходящих испытательный срок на руководящие должности, на 10 %.

В настоящее время бизнес-симулятор используется для повышения квалификации действующих руководителей, а также в качестве инструмента отбора и знакомства потенциальных кандидатов с бизнес-процессами гипермаркетов «ОБИ» и ритейла в целом [3].

Рассматривая опыт последних лет, можно отметить возрастающий интерес российских компаний к технологии геймификации в управлении персоналом. В ближайшие годы геймификация может стать эффективной альтернативой традиционным средствам управления персоналом, поскольку способна формировать уникальный опыт сотрудников, придавать их работе дополнительный смысл и направление, повышать их мотивацию и вовлеченность в работу компании, а также генерировать прибыль.

Концепция геймифицированного управления человеческими ресурсами постепенно проникла в практику управления предприятиями, и все больше и больше исследователей в академических кругах обращают внимание на этот инновационный инструмент в управлении. Однако несмотря на рост

исследовательского интереса и расширения практики применения, концепция геймификации, не достаточно теоретически разработана, отсутствуют стандартизированные правила и процедуры ее внедрения в деятельность организации. Поэтому помимо успешных примеров, существует также примеры, где внедрение геймификации оказало негативное влияние.

Среди причин неудач при внедрении геймификации выделяют следующие:

- отсутствие четко обозначенных целей и задач;
- ошибки в проектировании;
- принудительный характер;
- низкий процент молодых сотрудников в компании.

В настоящее время во многих странах проходит активное внедрение геймифицированного управления человеческими ресурсами для достижения стратегических целей компаний. Развитие технологий с каждым годом дает возможность разрабатывать самые нестандартные подходы с элементами игры в управлении персоналом. Несмотря на то, что геймификация пришла к нам из-за рубежа, на российском рынке уже существуют проекты, завоевывающие внимание работодателей по всему миру. По мере того, как новое поколение сотрудников постепенно превращается в основную силу предприятия, тренд внедрения геймификации в управление персоналом будет сохранять свою актуальность. ■

---

1. Кевин Вербах и Дэн Хантер. Вовлекай и властвуй. Игровое мышление на службе бизнеса. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. — 224 с.

2. Зиккерман, Г. Геймификация в бизнесе: как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием / Г. Зиккерман, Дж. Линдер. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 272 с.

3. Геймификация в менеджменте и HR / [Электронный ресурс] // «Gamification Now!» – Электрон. дан. – URL: <https://www.gamification-now.ru/> (Дата обращения: 15.02.2021). - Текст : электронный.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Геймификация в менеджменте и HR / [Электронный ресурс] // «Gamification Now!» – Электрон. дан. – URL: <https://www.gamification-now.ru/> (Дата обращения: 15.01.2021). - Текст : электронный.

Зиккерман, Г. Геймификация в бизнесе: как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием / Г. Зиккерман, Дж. Линдер. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 272 с.

Кевин Вербах и Дэн Хантер. Вовлекай и властвуй. Игровое мышление на службе бизнеса. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. — 224 с.

## Foreign and domestic experience in implementing gamification in the personnel management system of modern companies.

© Zueva Z., 2021

The use of gamification in a personnel management system is one of the trends of the last decade. Gamification fosters employee development and engagement, thereby enabling multiple goals to be achieved, such as improving employee productivity and morale, reducing employee

turnover, and ect. Today, there are many examples of how gamification tools can help companies effectively manage their labor force. Based on successful cases, every year more and more companies are considering the possibility of introducing gamification into their business processes. This article discusses the most striking examples of foreign and domestic experience in introducing gamification into the personnel management system, analyzes the results of their implementation, and formulates current problems and prospects for the development of this tool.

*Keywords:* personnel management, gamification

УДК 331.108

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

© Зуева З. В., Катровский Ю. А., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье исследуется как трансформируется система управления персоналом в условиях стремительного развития цифровых технологий и активного их внедрения в деятельность компаний. Для этого были рассмотрены основные тенденции развития цифровых технологий, а также проанализированы примеры их внедрения в HR-процессы.

*Ключевые слова:* HR; управление персоналом; цифровые технологии

**Ц**ифровые технологии стремительно врываются во все сферы нашей жизни, активно внедряются в производственные процессы, сферу услуг по таким направлениям, как кадры и образование, информационная инфраструктура, информационная безопасность, нормативное регулирование.

Цифровая революция охватила и бизнес, как малый, так и крупный. Технологический прорыв компаний обеспечивает будущее экономики. Прорывные разработки в облачных технологиях, в создании искусственного интеллекта, в других областях приводят к созданию новых сегментов рынка и полному изменению существующих бизнес-моделей.

В последние годы новые вызовы цифровизации также потребовали изменений в традиционных моделях управления человеческими ресурсами. С развитием новых технологий, способ взаимодействия человеческих ресурсов с данными и информацией изменился. Цифровые технологии придали особые черты абсолютно всем направлениям управления персоналом, таким как подбор и подбор персонала, адаптация, обучение и развитие, оценка, организация труда, мотивация и вознаграждение. Цифровизация влияет также на коммуникацию, социализацию сотрудников, что влечет за собой существенные изменения в работе любого менеджера по персоналу.

Среди плюсов цифровизации выделяют гибкость, автоматизацию процессов, повышение скорости и разнообразие возможностей. Появляются совершенно новые трудовые отношения, методы управления, неисследованные психологические особенности взаимоотношений организации и работников. Все это требует новых

подходов в управленческой деятельности, повышения квалификации менеджеров всех уровней.

В современных условиях становится очевидно, что внедрение цифровых технологий переходит из тренда в необходимость, поэтому вопрос внедрения цифровых технологий в сферу управления персоналом становится все более актуальным среди HR-специалистов.

Среди преимуществ использования цифровых технологий в управлении персоналом можно выделить следующие:

- автоматизация рутинных действий;
- оптимизация и автоматизация процесса поиска новых сотрудников;
- повышение скорости анализа огромного количества данных;
- эффективная обратная связь;
- рост производительности труда.

Рост производительности труда сотрудников организации и в целом повышение эффективности системы управления персоналом за счет использования цифровых технологий приводит к повышению конкурентоспособности организаций,

Основная задача HR-менеджеров в рамках цифровой трансформации управления персоналом — подумать о том, как адаптировать работу своей компании к использованию различных форм цифровых технологий, а также прогнозировать, как при этом изменится поведение сотрудников и клиентов.

Внедрение цифровых технологий в управление персоналом требует не только знание современных цифровых инструментов для автоматизации HR-процессов, но и понимание какие задачи они могут решать в рамках компании.

Традиционное программное обеспечение для управления персоналом ограничивалось некоторыми стандартными операционными процессами, такими как управление заработной платой, управление отпусками и посещаемостью, но в последние несколько лет организации начали использовать цифровые технологии для различных других процессов, начиная от набора талантов и их адаптации до управления производительностью, вознаграждением и признанием, вовлечением, обучением и развитии, кадровая аналитика и т. д. [1].

На разнообразие современных цифровых инструментов в сфере управления персоналом прежде всего влияет технологический прогресс. Развитие искусственного интеллекта, облачных технологий, виртуальной и дополненной реальности и также блокчейн-технологии оказывают существенное влияние на разработку технологических решений для HR-процессов.

Рассмотрим более подробно, как современные цифровые технологии могут способствовать более эффективному управлению человеческими ресурсами в компании.

Внедрение искусственного интеллекта (ИИ) в управление персоналом может улучшить все аспекты современной рабочей силы, от набора и обучения до повышения вовлеченности и удержания сотрудников. Ниже представлены 7 приоритетных задач управления персоналом, в которых наблюдается активное использование технологий искусственного интеллекта.

#### 1. Подбор и найм.

ИИ может автоматизировать усилия по подбору персонала и находить наилучшее соответствие из пула из сотен заявок кандидатов. Устаревшие системы отслеживания приложений ограничиваются сопоставлением ключевых слов, тогда как интеллектуальная аналитика подбора персонала на основе ИИ может определить тип кандидата, которого ищет HR-рекрутер, и предложить подходящие резюме. После того, как кандидат преодолеет начальные препятствия, системы искусственного интеллекта могут проводить тесты навыков и способностей для ранжирования потенциальных сотрудников с точки зрения пригодности для работы. Затем диалоговые интерфейсы, такие как набор чат-ботов, могут напрямую общаться с кандидатами, используя естественный язык, и поддерживать их участие в процессе набора.

#### 2. Адаптация.

При наличии удаленной и временной рабочей силы традиционная персональная адаптация не всегда возможна. По мере увеличения количества и типа найма контингента, увеличивается и нагрузка на HR. Новые сотрудники также должны быть быстро приняты на работу и изучать уникальную культуру компании без преимущества физического местоположения.

Автоматизация набора персонала может облегчить административную нагрузку за счет

автоматизации доставки и получения необходимых документов, политик компании, информации для входа в систему и разрешений для конкретных вакансий. Чат-боты, работающие круглосуточно и без выходных, сокращают потребность в живом персонале для звонков, электронных писем и встреч с сотрудниками. Это позволяет быстрее и тщательнее интегрировать новых сотрудников в рабочий процесс.

#### 3. Обучение персонала.

Тенденция к цифровой трансформации значительно увеличила потребность в повышении квалификации и переподготовке сотрудников.

Искусственный интеллект в сочетании с эффективной системой управления обучения (LMS) может помочь создать персонализированные учебные треки для сотрудников, основанные на их потребностях в наборе навыков.

Чат-боты с искусственным интеллектом могут быть интегрированы в LMS, которые могут отвечать на вопросы 24 часа в сутки, 7 дней в неделю и предоставлять автоматизированную помощь в режиме реального времени во время программы обучения. Он также может перечислять учебные курсы, основанные на интересах сотрудников, пробелах в навыках или запросах, чтобы создать расширенный опыт обучения.

ИИ также может облегчить определение и рекомендацию программы обучения для сотрудника, анализируя рейтинги, предоставленные сотрудниками аналогичного типа для различных программ обучения, и выбирая программы, которые могут понравиться конкретному сотруднику.

#### 4. Поддержка вовлеченности и удержания сотрудников.

Вовлеченность сотрудников считается важным фактором, влияющим на производительность и удержание сотрудников, особенно во времена, когда удаленная работа становится всеобщей и долгосрочной практикой.

Аналитика ИИ, особенно анализ настроений, может определить, что чувствует работник. Он может прогнозировать уровень вовлеченности, эмоционального выгорания, депрессии и беспокойства сотрудника, что позволяет своевременно и индивидуально вмешиваться. Инструменты связи и совместной работы, такие как удаленные залы заседаний, могут использовать искусственный интеллект для поощрения межличностного общения и поддержки работы в виртуальном офисе в реальном времени.

Искусственный интеллект также может помочь в автоматизированной виртуальной помощи для самообслуживания сотрудников. Всякий раз, когда у сотрудников возникают какие-либо вопросы о правилах и процедурах получения льгот, страхования, отпусков, компенсаций и т.д., им не нужно писать или спрашивать HR-менеджера, они могут мгновенно использовать чат-ботов/виртуального помощника для этих целей.

#### 5. Оценка сотрудников и развитие карьеры.

Поскольку традиционные иерархические структуры работы стали более гибкими, задача отдела кадров состоит в том, чтобы помочь менеджерам разработать карьерный путь, который наилучшим образом соответствует как индивидуальным, так и корпоративным потребностям. Распределенная рабочая сила еще больше усложняет этот процесс, так как может быть сложно найти лучший способ удаленно оценивать и наблюдать за работой сотрудника.

Аналитика производительности на основе ИИ позволяет менеджерам извлекать беспристрастную информацию из непрерывных оценок в реальном времени из нескольких источников. Прогнозная HR-аналитика может определить, где работник может испытывать трудности, и порекомендовать индивидуальное обучение необходимым навыкам. Поскольку аналитика ИИ может обрабатывать огромные объемы данных, она может оценивать различные аспекты того, насколько хорошо функционирует отдельная или распределенная команда, и вносить предложения по улучшению совместной работы.

#### 6. Здоровье персонала.

Аналитика ИИ может улучшить здоровье сотрудников множеством способов, таких как устранение повторяющихся или малоценных задач и предоставление обратной связи и рекомендаций для физического или эмоционального благополучия. Анализ настроений и носимые технологии являются движущей силой растущей отрасли. Эти инструменты мониторинга здоровья на основе искусственного интеллекта и механизмы рекомендаций используют датчики Интернета вещей и машинное обучение для отслеживания и анализа активности пользователей и предоставления персонализированных предложений и аналитических сведений о здоровье.

#### 7. Оптимизация кадрового бюджета.

Цифровая трансформация означает приверженность изменению рабочих процессов и инвестиции в инновации. Руководители отдела кадров должны быть уверены в том, что внедрение ИИ и современных HR-технологий обеспечит высокую рентабельность инвестиций и повысит устойчивость и прибыльность.

Для любой компании цифровая трансформация требует разумных стратегий управления изменениями и разумных инвестиций в наиболее эффективные технологические решения. По своей природе решения ИИ анализируют данные в масштабе и выявляют новые идеи, способствующие улучшению [2].

Развитие облачных технологий также существенно влияет на подходы в управлении персоналом.

Облачные технологии позволяют специалистам по персоналу легко получать доступ к важным данным в режиме реального времени, независимо от местонахождения. Помимо этого, облачные инструменты также дают сотрудникам больший

контроль над своими данными и информацией, к которым они также могут легко получить доступ и при необходимости внести изменения. Таким образом, специалистам по персоналу намного проще принимать решения на основе имеющихся данных и отслеживать важные показатели, такие как вовлеченность сотрудников и производительность.

Благодаря безбумажному использованию, автоматизации рабочего времени и посещаемости, созданию предупреждений о сверхурочной работе и эффективным управлению удаленными сотрудниками облачные вычисления могут помочь отделам кадров сэкономить деньги, а также повысить производительность и прибыль бизнеса.

Примером облачных технологий в управлении персоналом являются SaaS-сервисы. Решение SaaS по управлению персоналом может позволить владельцам малого и среднего бизнеса контролировать каждый аспект своих задач по управлению сотрудниками в режиме онлайн. При этом отделы кадров могут избавиться от рутинных и, подверженных ошибкам, ручных задач, таких как обработка нескольких электронных таблиц и управление физическими картами рабочего времени, а также предотвратить выпадение бумажных кадровых документов из перегруженных картотек.

Дополненная реальность (AR) и виртуальная реальность (VR) — две новейшие тенденции в технологиях с широким спектром деловых и потребительских приложений. AR — это добавление цифровых элементов к просмотру в реальном времени, таких как камеры смартфона или фильтры Snapchat и Instagram. Между тем, VR относится к смоделированной среде или совершенно другой платформе, которая отделена от физического мира. В то время как оба получили признание в игровой индустрии, и AR, и VR теперь помогают в ускорении внешних процессов управления персоналом, таких как набор и адаптация сотрудников, а также обучение и развитие.

С помощью VR и AR менеджеры по персоналу могут более четко изучить и проанализировать сильные стороны и пригодность кандидата в процессе приема на работу. Например, вместо того чтобы устно спросить кандидата, как он реагирует на сложные задачи, будущих сотрудников можно пригласить войти в виртуальный мир, имитирующий их будущее рабочее место и предложить им продемонстрировать свои навыки.

Приложения на основе AR/VR также помогают получить сотрудникам интерактивное и динамичное представление об организации, превращая процесс адаптации в увлекательный процесс.

Виртуальная реальность также предоставляет неограниченные возможности для обучения на рабочем месте, от базовых методов ручного труда до высокого уровня развития исполнительного руководства. Уникальное решение виртуальной и дополненной реальности позволяет получить

сотрудникам практический опыт без рисков или финансовых последствий.

Виртуальная реальность существует уже несколько лет, но потребительские приложения пока не достигают успеха на рынке. Тем временем виртуальная и дополненная реальность будет продолжать развиваться и находить свое применение в рабочей среде.

Одной из перспективных технологий в HR на сегодняшний день, является технология блокчейн.

Потенциал данной технологии в сфере управления безграничен. Во-первых, это возможность безопасного хранения неизменяемых данных, обмен ими. Во-вторых, единая децентрализованная система, в которой собрана информация об образовании, навыках и трудовом опыте потенциальных работников намного упрощает подбор персонала. Претенденты на ту или иную должность могут легко подтвердить свою компетентность, не предоставляя резюме, рекомендательные письма с прежнего места работы. В-третьих, использование блокчейн-технологии дает возможность более четко координировать производственную деятельность, повысить мотивацию сотрудников и результативность их труда [3].

Таким образом, в сфере управления персоналом цифровые технологии позволяют решать следующие задачи:

1. улучшение практики приема на работу и найма квалифицированных, преданных делу и заинтересованных кандидатов;

2. повышение квалификации сотрудников для улучшения общего качества работы и удовлетворения меняющихся потребностей отрасли;

3. изменение культуры и мышления на рабочем месте для улучшения процессов, производительности и опыта сотрудников;

4. автоматизация процессов для минимизации времени сотрудников, затрачиваемого на повторяющиеся задачи;

5. повышение конкурентоспособности за счет освоения новых технологий;

6. повышение прибыльности за счет повышения лояльности клиентов за счет улучшения качества обслуживания и взаимодействия с клиентами.

Исходя из выше сказанного, следует вывод: для того, чтобы сохранить свою конкурентоспособность в современном мире, бизнес просто не может игнорировать цифровые технологии при организации управления своими сотрудниками.

Цифровизация экономики — это часть очередной технической революции. Пока она актуальна, мир будет развиваться. Благодаря цифровым технологиям происходит трансформация и деловой практики, и общества в целом. Меняются производственные отношения, устройство экономики, возникают новые требования к коммуникациям, развиваются информационные сервисы. Различные интернет-площадки позволяют

управленцам сообщать создавать бизнес, осуществлять инвестирование, находить рынки сбыта, квалифицированных сотрудников. В этой связи специалисты по персоналу должны выявлять и внедрять решения, которые могут помочь в решении проблем, затрагивающих как персонал, так и компанию в целом.

Уже сегодня достижения в области цифровых технологий предоставляют предприятиям новые возможности для улучшения управления персоналом. По мере развития тенденций в области цифровых технологий организации должны быть готовы к будущему и создавать возможности для процветания и эффективного управления персоналом в условиях неопределенности. ■

---

1. Цифровые технологии в HR: какие решения внедряют в России [Электронный ресурс] // ecm-journal.ru - Электрон. Дан. – URL: <https://ecm-journal.ru/docs/Cifrovye-tehnologii-v-HR-kakie-reshenija-vnedrajut-v-Rossii.aspx> (Дата обращения: 14.03.2021). - Текст : электронный.

2. Умный HR: как интеллектуальные технологии совершают революцию в кадровом вопросе [Электронный ресурс] // Газета «Ведомости»: информ. портал - Электрон. Дан. – URL: <https://www.vedomosti.ru/salesdepartment/2019/03/20/umnii-hr-kak-intellektualnie-tehnologii-sovershayut-revoljutsiyu-v-kadrovom-voprose> (Дата обращения 15.03.2021). - Текст : электронный

3. Как блокчейн может изменить HR-менеджмент [Электронный ресурс] // letknow.news - Электрон. Дан. – URL: <https://letknow.news/publications/kak-blokcheyn-mozhet-izmenit-hr-menedzhment-31689.html> (Дата обращения 15.03.2021). - Текст : электронный.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Как блокчейн может изменить HR-менеджмент [Электронный ресурс] // letknow.news - Электрон. Дан. – URL: <https://letknow.news/publications/kak-blokcheyn-mozhet-izmenit-hr-menedzhment-31689.html> (Дата обращения 15.03.2021). - Текст : электронный.

Умный HR: как интеллектуальные технологии совершают революцию в кадровом вопросе [Электронный ресурс] // Газета «Ведомости»: информ. портал - Электрон. Дан. – URL: <https://www.vedomosti.ru/salesdepartment/2019/03/20/umnii-hr-kak-intellektualnie-tehnologii-sovershayut-revoljutsiyu-v-kadrovom-voprose> (Дата обращения 15.03.2021). - Текст : электронный.

Цифровые технологии в HR: какие решения внедряют в России [Электронный ресурс] // ecm-journal.ru - Электрон. Дан. – URL: <https://ecm-journal.ru/docs/Cifrovye-tehnologii-v-HR-kakie-reshenija-vnedrajut-v-Rossii.aspx> (Дата обращения: 14.03.2021). - Текст : электронный.

---

#### The use of digital technology in personnel management

© Zueva Z., Katarovskii Y., 2021

This article examines how the personnel management system is being transformed in the context of the rapid development of digital technologies and their active implementation in the activities of companies. For this

purpose, the main trends in the development of digital technologies were considered, as well as examples of their implementation in HR processes were analyzed.

*Keywords:* HR, personnel management, digital technologies

УДК 659.4.011

## ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ФОНДОВЫЕ РЫНКИ

© Иваник Е. Д., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье рассмотрено понятие социальных медиа и представлен анализ влияния социальных медиа на фондовые рынки. Был сделан разбор случаев влияния сообщений в социальной сети Twitter на стоимость акций компаний.

*Ключевые слова:* социальные сети, финансы, акции, фондовые рынки

Сайты социальных сетей, такие как Facebook, Twitter, VK, Instagram и т.д., изменили историю интернета и общества.

В старые времена передача информации осуществлялась обычными, нецелевыми и традиционными способами через журналы, телевидение, радио и прямую электронную почту [1]. Эти методы были не очень эффективными, так как было сложно ориентироваться на конкретных потребителей. Появление Интернета и социальных сетей изменило взаимодействие. Социальные сети изменили стратегии и инструменты для общения. Это стало одним из важных факторов. Люди всегда боролись за привлечение внимания и появление социальных сетей дало им новую почву [1].

Средства массовой информации были описаны как ТВ и радиовещание, кино, пресса и технологии. Средства массовой информации могут обеспечить целевую аудиторию необходимой информацией, различными взглядами, контролировать и критиковать тех, кто обладает властью в обществе. Они также приносят прибыль своим владельцам и отвечают требованиям заинтересованных сторон [2].

Форма медиа, включающая интерактивное участие, известна как социальные сети. Сайты и приложения, используемые для создания социальных контактов, называются социальными сетями. Общее понятие «Социальные сети» включает в себя сами социальные сети, а также контент-ориентированные сети. Социальные медиа — это группа интернет-приложений, которые позволяют создавать и обмениваться пользовательским контентом [3].

Развитие СМИ было разделено на две отдельные эпохи, эпоху вещания и интерактивную эпоху. СМИ были почти исключительно централизованы в эпоху вещания. В течение этого времени один тип СМИ, например, газета или телевизионная станция, или киностудия, будет распространять сообщение в массы. Процесс обратной связи часто был косвенным, медленным и безличным.

Опосредованное взаимодействие между людьми обычно происходило на гораздо меньшем уровне, часто посредством личных писем, телефонных звонков и т.д. Появление цифровых и мобильных технологий произвело революцию в том, как люди взаимодействуют. Взаимодействие между людьми стало намного проще, чем раньше. Эта революция в средствах массовой информации привела к рождению новой эпохи средств массовой информации, где интерактивность была поставлена в центр всех функций СМИ.

Теперь один человек может поговорить со многими и получить мгновенную обратную связь. До появления интерактивных СМИ люди не имели права голоса, и теперь они смогли поделиться своим мнением с массами. Все типы социальных сетей используют цифровые платформы, мобильную или стационарную. Все они имеют две общие характеристики, которые их определяют. Во-первых, каждый вид социальных сетей допускает определенную форму участия для своих пользователей. Хотя некоторые социальные сети, такие как Facebook, разрешают пассивный просмотр сообщений других пользователей, но у человека должна быть профиль, созданный для просмотра сообщений других людей. Второй важной характеристикой социальных сетей является их совместный характер, это вовлекает во взаимодействие. Взаимодействие может изменяться в зависимости от человека, с которым вы взаимодействуете. Это могут быть друзья, семья, знакомые или новые люди, которые имеют общие интересы или общий круг общения. Социальные сети сравнительно недороги и доступны для того, чтобы любой человек мог публиковать или получать доступ к информации по сравнению с традиционной индустрией СМИ, которая обычно требует больших ресурсов как по времени, так и по стоимости. Это позволило глобальной аудитории обмениваться и публиковать информацию, также обмениваться мнением. Информация может быть опубликована

напрямую, без необходимости ее распечатки, что делает ее быстрым средством коммуникации [3].

В современных условиях социальные медиа создают информационную среду общества, в которой происходит кардинальный переворот принципов взаимодействия между людьми. Сегодня каждый может мгновенно взаимодействовать с большими массами людей, так получается, что это взаимодействие оказывает большое влияние на бизнес. В частности, социальные медиа, такие как Twitter могут оказать значительное, а иногда критическое, влияние на репутацию компаний или же на котировки компаний на фондовых рынках.

Twitter — это социальная сеть микроблогов (короткие сообщения), которая поощряет общение между пользователями и их последователями. Twitter позволяет пользователям «твитить» сообщения длиной не более 280 символов. Это уникальный способ общения, позволяющий пользователям обмениваться идеями, новостями и гиперссылками, чтобы охватить более широкую аудиторию.

Первый случай, обнаживший потенциальную угрозу со стороны социальных медиа для финансовой отрасли, произошел в 2013 г. В 13:08 23 апреля фальшивый твитт со взломанного аккаунта в Associated Press заявил: «В Белом доме США прогремели два взрыва, Барак Обама ранен». Цены на акции сразу упали, менее чем за три минуты уничтожив стоимость S & P 500 более чем на 0,9 % или же на 130 млрд. долларов. Не надо недооценивать серьезность этого случая, поскольку

во многих случаях ликвидность по акциям просто испарилась. Это был первый такой случай в Twitter, и, как это часто бывает в Twitter, он был кратким и поверхностным. Associated Press сама поспешила уточнить, что это была ложная информация, также Белый дом это подтвердил, а рынки восстановились на следующий день [4].

Дональд Трамп, на момент написания статьи президент США, сам ведет Twitter и часто его твитты становятся доказательством, как социальные медиа могут влиять на рынки. Сегодня компании создают специальные программы, которые способны проанализировать твитты Дональда Трампа, они цепляются за якорные слова будь это названия компаний или же имена ключевых лиц корпораций, торгующихся на биржах. Дальше программа автоматически создает позицию по акции и зарабатывает на понижении акций или на повышении [5]. Так крупные финансовые конгломераты создают специальные индексы, отслеживающие корреляцию твиттов Трампа и волатильностью на рынке государственных облигаций США [6]. Международные финансовые группы и консалтинговые корпорации уже давно заметили, что частота твиттов Трампа коррелирует с волатильностью рынков: в дни, когда сообщений было более 35 в сутки, индекс S&P 500 снижался, в среднем на 9 базисных пунктов. Когда их менее 5 в сутки, напротив, рос, в среднем на 5 пунктов. Стоит заметить, что влияние президентских твиттов на рынок недолгое [7].

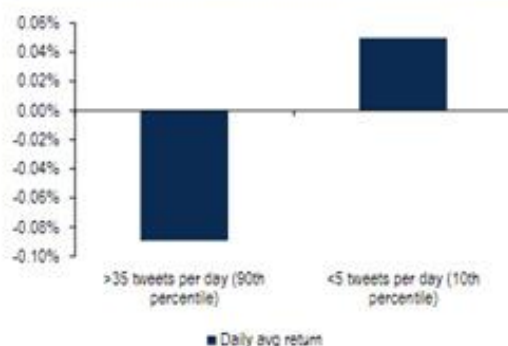
Chart 4: Trade talk and tweets by President Trump have contributed to volatility of late, from China tariffs to Fed policy to tax policy and more S&P 500 Index and number of daily Tweets by Trump



Source: BoA Merrill Lynch US Equity & Quant Strategy, Twitter, S&P

Chart 5: The market tends to fall, on average by 9bp, on days Trumps is more active on Twitter

Average daily returns when Trump writes more than 35 Tweets a day (90<sup>th</sup> percentile) versus less than five Tweets a day (10<sup>th</sup> percentile), since 2016



Source: BoA Merrill Lynch US Equity & Quant Strategy, Twitter, S&P

Рис. 1. Корреляция количества твиттов Трампа и изменений котировок.

Еще один пример «Кризиса Трампа», акции Boeing. До инаугурации избранный президент Дональд Трамп написал в Twitter, что заказ, для авиакосмического гиганта на строительство нового «Борта №1» (самолет для президента США) должен быть отменен из-за растущих затрат. Незадолго до твитта акции торговались без изменений. Трамп написал: «Боинг строит новый самолет 747 Air Force

One для будущих президентов, расходы бесконтрольны, более 4 миллиардов долларов. Отмените заказ!». Примерно через 18 минут после публикации акции Boeing снизились на 1 % после [8].

Но Дональд Трамп не единственный политик в США, кто шокирует рынок своими твиттами, Хиллари Клинтон также смогла пошатнуть рынки.

кандидата в президенты заявила: «Подобное взвинчивание цен на рынке специализированных лекарств возмутительно. Завтра я изложу план, как это сделать», — акции сектора здравоохранения сильно пострадали. индекс биотехнологический компаний NASDAQ потерял 4,41 %, акции фармацевтических компаний также пострадали как и фармацевтический индекс NYSE ARCA потерял 1,47 %. Этот твитт Клинтон реакция на твитт, опубликованный «Нью-Йорк Таймс», о повышении цены (на 5 %) препарата дараприма (пириметамин) — противомаларийное, противопротозойное лекарство [9].

Ключевые лица корпораций и инсайдеры, также пытаются повлиять на рынки посредством социальных медиа. В редких случаях это получается, но совсем не так, как задумывалось изначально. Предприниматель и изобретатель Илон Маск инициатор такого влияния, его Twitter часто попадает в новостные ленты мировых порталов, что достаточно для эмоциональной манипуляции рынками. Так Илон написал, что он собирается сделать Tesla непубличной компанией и уже нашел инвестиции для выкупа акций компании, естественно котировки Tesla резко выросли, по оценкам, потери трейдеров, игравших на понижение Tesla, составили более 1 млрд. долларов. Комиссия по ценным бумагам и биржам США не обошла вниманием этот случай и обвинила Илона Маска в манипуляции рынком. Информация о вопросах регулятора к Маску привели к обвалу котировок Tesla, спустя два месяца после твитта, рыночная стоимость Tesla обвалилась на 20 млрд. долларов.

Илон Маск это идеальный пример влияния социальных медиа на рынки, еще один случай произошедший 1 мая 2020 года отражает это в полной мере, Маск опубликовал ряд заявлений в Twitter, когда в США вовсю шла короновирусная эпидемия, и в большинстве штатов вводились, либо ввели карантинные меры, он посоветовал «вернуть людям свободу» [10]. Далее Маск написал, что стоимость акций Tesla переоценена. После сообщений Маска, стоимость Tesla обрушилась на 11 %. Из-за этого падения состояние самого Илона сократилось на \$2,8 млрд. В том самом твитте Маска было 27 знаков, не сложно посчитать, что один знак написанный в Twitter стоил Илону более 103 млн. долларов.

С развитием таких рисков социальных медиа контролирующие органы и бизнес должны совместно разработать принципы снижения влияния данных рисков как на юридические лица, так и на физические, частные инвесторы тоже страдают из-за твиттов Илона Маска, это может быть признания публичных сообщений в социальных медиа инсайдерской информацией, либо судебные запреты ключевым лицам на публикацию информации о своих компаниях. Благодаря развитию социальных сетей мы получили очень мощный и неограниченный информационный

ресурс, который нужно использовать ответственно и во благо общества. ■

1. Алгоритм// [Электронный ресурс] Электрон.дан.[Б.м.],2020 URL:<https://www.t-3.com/work/the-trump-and-dump-bot-analyze-tweets-short-stocks-save-puppies-all-in-seconds> (Дата обращения 22.07.2020)
2. Scott, D. M., The New Rules of Marketing and PR: How to Use News Releases, Blogs, Podcasting, Viral Marketing, & Online Media to Reach Buyers Directly. Canada: John Wiley & Sons, 2009.
3. Взлом твиттера// [Электронный ресурс] Электрон.дан.[Б.м.],2020 URL:<https://www.economist.com/finance-and-economics/2013/04/27/newscrashrecover> (Дата обращения 22.07.2020)
4. Илон против карантина// [Электронный ресурс] Электрон.дан.[Б.м.],2020 URL:<https://www.forbes.com/sites/alanohnsman/2020/04/29/elon-musk-rants-about-fascist-covid-19-closures-as-another-tesla-call-veers-off-course/#77fd2b336666> (Дата обращения 25.07.2020)
5. Индекс Трампа// [Электронный ресурс] Электрон.дан.[Б.м.],2020 URL:<https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-09-09/jpmorgan-creates-volfefe-index-to-track-trump-tweet-impact> (Дата обращения 22.07.2020)
6. Grossberg L., Wartella E., Charles D., WhitneyMediaMaking: Mass Media in a Popular Culture , Sage Publications, Thousand Oaks, CA, 1998
7. Отмена строительства борта №1// [Электронный ресурс] Электрон.дан.[Б.м.],2020 URL:<https://www.marketwatch.com/story/boeings-stock-drops-after-trump-tweet-to-cancel-air-force-one-order-2016-12-06> (Дата обращения 22.07.2020)
8. Последствия высказывания Клинтон// [Электронный ресурс] Электрон.дан.[Б.м.],2020 URL:<https://www.nasdaq.com/articles/5-biotech-stocks-hit-hard-hillary-clintons-tweet-2015-09-22> (Дата обращения 22.07.2020)
9. Про влияние твиттов Трампа// [Электронный ресурс] Электрон.дан.[Б.м.],2020 URL:<https://www.marketwatch.com/story/the-more-trump-tweets-the-worse-it-is-for-stocks-research-finds-2019-09-03> (Дата обращения 22.07.2020)
10. Социальные медиа// [Электронный ресурс] Электрон.дан.[Б.м.],2020 URL:[https://www.researchgate.net/publication/222403703\\_Users\\_of\\_the\\_World\\_Unite\\_The\\_Challenges\\_and\\_Opportunities\\_of\\_Social\\_Media](https://www.researchgate.net/publication/222403703_Users_of_the_World_Unite_The_Challenges_and_Opportunities_of_Social_Media) (Дата обращения 22.07.2020)

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Социальные медиа// [Электронный ресурс] Электрон.дан.[Б.м.],2020 URL:[https://www.researchgate.net/publication/222403703\\_Users\\_of\\_the\\_World\\_Unite\\_The\\_Challenges\\_and\\_Opportunities\\_of\\_Social\\_Media](https://www.researchgate.net/publication/222403703_Users_of_the_World_Unite_The_Challenges_and_Opportunities_of_Social_Media) (Дата обращения 22.07.2020)
2. Grossberg L., Wartella E., Charles D., WhitneyMediaMaking: Mass Media in a Popular Culture , Sage Publications, Thousand Oaks, CA, 1998
3. Scott, D. M., The New Rules of Marketing and PR: How to Use News Releases, Blogs, Podcasting, Viral



Marketing, & Online Media to Reach Buyers Directly. Canada: John Wiley & Sons, 2009.

Алгоритм// [Электронный ресурс] Электрон.дан.[Б.м.], 2020 URL:https://www.t-3.com/work/the-trump-and-dump-bot-analyze-tweets-short-stocks-save-puppies-all-in-seconds (Дата обращения 22.07.2020)

Взлом твиттера// [Электронный ресурс] Электрон.дан.[Б.м.], 2020 URL:https://www.economist.com/finance-and-economics/2013/04/27/newscrashrecover (Дата обращения 22.07.2020)

Илон против карантина// [Электронный ресурс] Электрон.дан.[Б.м.], 2020 URL:https://www.forbes.com/sites/alanohnsman/2020/04/29/elon-musk-rants-about-fascist-covid-19-closures-as-another-tesla-call-veers-off-course/#77fd2b336666 (Дата обращения 25.07.2020)

Индекс Трампа// [Электронный ресурс] Электрон.дан.[Б.м.], 2020 URL:https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-09-09/jpmorgan-creates-volfefe-index-to-track-trump-tweet-impact (Дата обращения 22.07.2020)

Отмена строительства борта №1// [Электронный ресурс] Электрон.дан.[Б.м.], 2020

URL:https://www.marketwatch.com/story/boeings-stock-drops-after-trump-tweet-to-cancel-air-force-one-order-2016-12-06 (Дата обращения 22.07.2020) [8]

Последствия высказывания Клинтон// [Электронный ресурс] Электрон.дан.[Б.м.], 2020 URL:https://www.nasdaq.com/articles/5-biotech-stocks-hit-hard-hillary-clintons-tweet-2015-09-22 (Дата обращения 22.07.2020)

Про влияние твиттов Трампа// [Электронный ресурс] Электрон.дан.[Б.м.], 2020 URL:https://www.marketwatch.com/story/the-more-trump-tweets-the-worse-it-is-for-stocks-research-finds-2019-09-03 (Дата обращения 22.07.2020)

---

## The impact of social networks on stock markets

© Ivanik E., 2021

The article discusses the concept of social media and presents an analysis of the impact of social media on stock markets. A case study was made of the impact of messages on the social network Twitter on the value of companies' shares.

*Keywords:* social networks, finance, stocks, stock markets

---

УДК 659.4.011

## ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА РЕПУТАЦИЮ КОМПАНИЙ

© Иваник Е. Д., Катровский Ю. А., Чащина Д. О., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье рассмотрено понятие социальных медиа и представлен анализ влияния социальных медиа на репутацию компаний. Был сделан разбор случаев влияния сообщений в социальной сети Twitter и Instagram на репутацию компаний.

*Ключевые слова:* социальные сети, репутация, Twitter, Instagram

В отличие от рынков США, в России нет такого количества частного капитала физических лиц на бирже, который смог бы повлиять на оценку капитализации российских компаний, нет настолько значимых лиц в экономике которые смогли бы одним твиттом обрушить или поднять стоимость компании.

На нашем рынке можно заметить только косвенное влияние соц. медиа на компании, то есть, если в США Илон Маск написал, что он инвестирует в золото и его подписчики повысят стоимость этого актива на ресурсной бирже в Нью-Йорке, то в конечном итоге акции ПАО «Полус» могут вырасти.

Что и произошло с акциями Polymetal. 1 февраля акции золотодобytчика Polymetal в ходе торговой сессии на Московской бирже выросли на 6,9 % к уровню закрытия предыдущей сессии и в моменте достигали отметки 1 тыс. 753,3 руб. за бумагу. Все это произошло из-за взлета фьючерсов на серебро на фоне действий группы WallStreetBets. Той самой группы с Reddit, она выбрала новую цель на этот раз фьючерсы на серебро. Так частные трейдеры, с помощью социальных медиа, повысили стоимость акции российской добывающей компании [1]

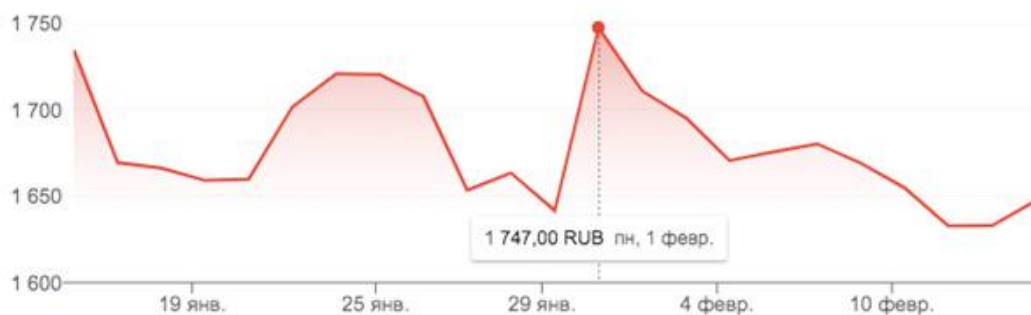


Рис. 1. Ралли акций Polymetal.

Также социальные сети, в России, в основном могут повлиять на бренд компании, так после приговора российскому политику по спорному уголовному делу, где фигурирует французская косметическая компания Yves Rocher, во всех

социальных медиа развернулась кампания против продукции данной компании. Люди по хештегу «#бойкотивроше» публиковали негативные комментарии на продукцию компании и на саму компанию [2].

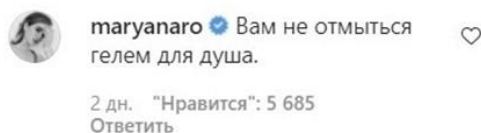


Рис. 2. Пост Марьяны Ро

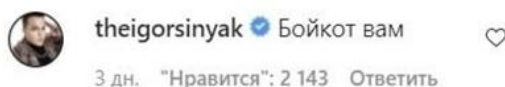


Рис. 3. Пост Игоря Синяка

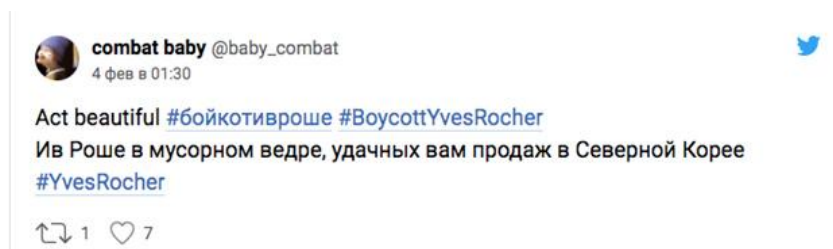


Рис. 4. Твитт с хештегом

Выше реакция блоггеров на ситуацию с компанией. Хэштег распространился во всех популярных социальных сетях. Люди выбрасывали продукцию компании, резали карты лояльности и т.д. Репутация бренда подорвана, но можно

заметить что не только у молодого поколения, которое массово присутствует в социальных сетях, но также и более старшего поколения, множество людей обратило внимание на данную акцию [2].



Рисунок 5. Пост в инстаграм с хештегом

Еще один случай влияния социальных медиа на репутацию бренда, а также не профессионализм SMM-менеджера, это случай с сетью ресторанов быстрого питания McDonald's. В Соц. сети Twitter появился пост, в котором была фотография

таблички номера заказа с приклеенными к ней лозунгами против «русофобской политики и гомосексуализма» и за «единство славянских народов» и «здоровую нацию» [3].



Рис. 6. Пост в Twitter о McDonald's

В данном случае было видно что текст лозунгов был напечатан на отдельной поверхности и приклеен уже на номер заказа, можно было бы посчитать, что это просто чья-то шутка и все, но проблема заключается в ответе на данное событие SMM-менеджера официального аккаунта McDonald's Russia сети в Instagram, он заявил, что в

компании не видят в этом ничего плохого. Как раз таки реакция на данный ответ SMM-менеджера стала отправной точкой для многочисленных комментариев в пользу бойкота McDonald's в России. Множество людей в соц. сети Twitter писали что не пойдут больше в данную ресторанную сеть.



Рис. 7. Комментарии в Twitter о McDonald's

В итоге в сети ресторанов быстрого питания McDonald's провели служебную проверку, убрали все наклейки с номеров заказа, также отправили

новые ответы пользователям социальных сетей с разъяснениями. А пресс-служба McDonald's Russia выпустила заявление по этому поводу [3].

*«Макдоналдс» не поддерживает любые виды агитации, в том числе политической, религиозной и других. Ответ, данный на сообщения гостя, был некорректен, а надписи на локаторах не являются позицией компании, эти наклейки были размещены без нашего ведома. Гостю направили обновлённый ответ. Все столы, локаторы и другие поверхности в предприятии на ул. Ефимова в Санкт-Петербурге, где было сделано фото, а также в других предприятиях в Ленинградской области, в тот же день проверили на наличие подобных наклеек. Мы благодарны за это обращение: оно помогло нам оперативно устранить надписи, которые не должны присутствовать в залах предприятий Макдоналдс».*

Рис. 8. Комментарий McDonald's

Данный случай показывает даже с самой, казалось бы, защищенной компанией может случиться такой казус, в первую очередь здесь сыграл человеческий фактор. SMM-менеджер неправильно отреагировал на жалобу клиента и дальше на компанию хлынула лавина негатива из

соц. сетей, тем самым навредив бренду и репутации компании.

С развитием таких рисков социальных медиа компании должны разработать принципы снижения влияния данных рисков. Благодаря развитию социальных сетей общество получило очень



мощный и неограниченный информационный ресурс, который может сработать против компаний и разрушить ее бизнес из-за не корректного ответа на комментарий клиента. ■

---

1. Про Полиметал// [Электронный ресурс] Электрон.дан.[Б.м.],2020

URL:<https://www.finanz.ru/novosti/aktsii/akcii-polymetal-na-mosbirzhe-vyrosli-pochti-na-7percent-na-fone-rosta-cen-na-serebro-1030026504> (Дата обращения 1.03.2020)

2. Про IVES ROCHER// [Электронный ресурс] Электрон.дан.[Б.м.],2020

URL:<https://tjournal.ru/internet/335842-ya-tozhe-k-vam-apolitichen-polzovateli-socsetey-obyavili-boykot-kompanii-iv-roshe-iz-za-prigovora-navalnomu> (Дата обращения 2.03.2020)

3. Про McDonald's// [Электронный ресурс] Электрон.дан.[Б.м.],2020

URL:<https://govoritmoskva.ru/news/264798/> (Дата обращения 3.03.2020)

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Про IVES ROCHER// [Электронный ресурс] Электрон.дан.[Б.м.],2020

URL:<https://tjournal.ru/internet/335842-ya-tozhe-k>

vam-apolitichen-polzovateli-socsetey-obyavili-boykot-kompanii-iv-roshe-iz-za-prigovora-navalnomu (Дата обращения 2.03.2020)

Про McDonald's// [Электронный ресурс] Электрон.дан.[Б.м.],2020

URL:<https://govoritmoskva.ru/news/264798/> (Дата обращения 3.03.2020)

Про Полиметал// [Электронный ресурс] Электрон.дан.[Б.м.],2020

URL:<https://www.finanz.ru/novosti/aktsii/akcii-polymetal-na-mosbirzhe-vyrosli-pochti-na-7percent-na-fone-rosta-cen-na-serebro-1030026504> (Дата обращения 1.03.2020)

---

### The impact of social media on the reputation of companies

© Ivanik E., Katrovskii Y., Chashchina D., 2021

The article examines the concept of social media and presents an analysis of the impact of social media on the reputation of companies. An analysis was made of the impact of messages on the social network Twitter and Instagram on the reputation of companies.

*Keywords:* social media, reputation, Twitter, Instagram

---

УДК 339.138

## ОТЛИЧИЯ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ ОТ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ И ПОИСКОВОЙ

© Леонтьева А. П., Тапхарова О. А., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Основные системы продвижения предлагают рекламодателям возможность показывать свои объявления как в контекстных, так и в поведенческих и поисковых сетях. Однако эти сети сильно отличаются от процесса взаимодействия с потребителями, и к ним следует относиться совершенно иначе. В данной статье рассматриваются основные отличия и преимущества контекстной рекламы над поведенческой и поисковой (SEO). В результате проведения исследования было выявлено, что все три вида рекламы имеет смысл протестировать как часть комплекса цифрового маркетинга. Поскольку искусственный интеллект продолжает развиваться, а маркетинговый ландшафт продолжает меняться, соответственно каждый из них развивается, чтобы предлагать рекламодателям больше возможностей. Совместное использование контекстного, поведенческого и поискового вида рекламы, может помочь создать более целостный подход и по-разному охватить покупателей на разных этапах.

*Ключевые слова:* контекстная реклама, поведенческая реклама, поисковая оптимизация, SEO

**К**онтекстная реклама — это форма целевой рекламы, которая позволяет издателям показывать рекламу на основе ключевых слов веб-страницы [1]. В отличие от поведенческой рекламы, которая полагается на файлы cookie или пиксели отслеживания, контекстная просто фокусируется на ключевых словах или содержимом страницы.

Например, если пользователь заходит на веб-страницу, содержащую контент, связанный с рецептами, он может увидеть рекламу бренда, продающего съедобные продукты или посуду. Если пользователь не нажимает на объявление или не взаимодействует с ним за один раз, то следующее показанное ему объявление будет автоматически следующим релевантным объявлением.

Контекстная реклама очень сильна не только при создании контента, но и в цифровой рекламе. Контекстная реклама существует уже давно. Согласно опросу, проведенному компанией GumGum [2], 61 % рекламодателей в США используют контекстную рекламу, а 24 % рекламодателей планируют увеличить свои расходы на контекстную рекламу в следующем году.

В том же отчете GumGum говорится, что 49 % рекламодателей предпочитают контекстную рекламу другим видам рекламы [2]. За последние пару лет издатели и рекламодатели воспользовались такими решениями таргетинга, как поведенческие, демографические и географические.

Но этот внезапный всплеск контекстной рекламы вызван вступающими в силу различными

законами о конфиденциальности данных и тем, что средства массовой информации, включая Mozilla и Google, удаляют сторонние файлы cookie из веб-браузеров [3].

Хотя отрасль разрабатывает новые решения для расширения возможностей таргетинга, контекстная реклама — это то, что можно использовать для доставки релевантной рекламы пользователям, не нарушая права конфиденциальности и не беспокоясь о сторонних файлах cookie.

Кроме того, с развитием технологий и индустрии рекламы контекстная реклама больше не ограничивается одним ключевым словом. Издатели теперь могут использовать любой визуальный контент на веб-страницах и показывать посетителям релевантную рекламу.

Контекстный маркетинг объединяет онлайн-маркетинг и мобильный маркетинг и использует таргетированную рекламу на основе поисковых запросов и активности просмотра для привлечения желаемых клиентов. Он полагается на формирование соответствующих образов покупателей и разработку соответствующего тона голоса, контента и каналов для их привлечения.

Различные ведущие средства массовой информации, такие как The Guardian работают над продвинутыми проектами, цель которых — помочь рекламодателям показывать контекстно-релевантную рекламу на своих веб-сайтах [4]. Проще говоря, это не виды контекстной рекламы, а, в основном, категории статей, которые используются для создания базы аудитории, а затем для доставки целевой рекламы аудитории.

Контекстная реклама может быть сделана двумя способами — по ключевому слову содержимого и по теме [5]. В первом методе объявления отображаются вокруг основного ключевого слова содержимого веб-страницы. Во втором методе издатель может показывать релевантные объявления по теме веб-страницы.

Google AdSense, одна из первых крупных сетей контекстной рекламы, работает по тем же методам [6]. Сеть позволяет роботам Google вычислять релевантность содержания страниц, а затем отображать контекстную рекламу на веб-страницах издателей. Помимо идентификации текста на странице, он также может идентифицировать текст на изображении и отображать контекстно-релевантную рекламу поверх графической рекламы.

В алгоритмической рекламе издатель передает контекстную информацию, такую как URL, ключевые слова, контент, категории или теги, на сервер объявлений. Затем рекламный сервер передает информацию в рекламные сети, SSP или рекламные биржи, которые затем передают ее платформе покупателя для возврата контекстно-релевантной рекламы [7].

При назначении ставок по заголовку издатели передают контекстную информацию (такую как ключевые слова, тему и т. д.) в свою оболочку, которая затем отправляет ее поставщикам общих

служб или подвергает обмену через запросы объявлений. В дальнейшем поставщики общих служб или биржи рекламы передают информацию в своих запросах ставок в качестве параметров участников торгов своим соответствующим DSP [7].

Чтобы дать маркетологам более четкое направление для их цифрового маркетинга, Dentsu в партнерстве с GumGum провела исследование, сравнив контекстный интеллект с поведенческим анализом [8]. Исследование показало, что контекстный интеллект работает намного лучше, чем поведенческий в качестве методологии таргетинга. Кроме того, он значительно более эффективен в привлечении потенциальных клиентов.

Исследование Dentsu стремилось определить три показателя эффективности: может ли контекстно-зависимое размещение активов снизить цену за тысячу показов, может ли подход снизить цену за клик (CPC) и может ли технология улучшить видимость, то есть большую часть контента, видео или рекламы хоть ненадолго?

В тесте приняли участие четыре клиента Dentsu, представляющие различные отрасли: крупная технологическая компания, крупная косметическая компания, крупный розничный торговец и розничный торговец прямым покупателем. Для каждого из этих рекламодателей проводились прямые кампании с использованием GumGum и трех других поставщиков контекстной информации, а результаты сравнивались с аналогичными кампаниями с поведенческим таргетингом. Один миллион показов был обслужен за две недели.

Исследование показало, что: при анализе CPM показы с контекстным интеллектом стоят на 29 % меньше, чем показы с поведенческим таргетингом с использованием файлов cookie. Эффективность затрат, измеренная с помощью CPC, показала, что CPC контекстно размещенной рекламы на 48 % ниже, чем CPC с поведенческим таргетингом [8].

Что касается видимости, исследование показало, что контекстный интеллект снизил стоимость показа в видимой области экрана на 41 % по сравнению с местами размещения поведенческой рекламы [8].

В исследовании Dentsu делается вывод, что контекстная технология (показ релевантной рекламы на основе определения содержания веб-страницы в реальном времени) позволяет рентабельно размещать хорошо адаптированные ресурсы, вызывающие интерес и внимание.

Бренды, у которых была контекстно-релевантная реклама, вызвали более высокие покупательские намерения. Это доказывает, что контекстная реклама приносит пользу не только издателям, но и рекламодателям. DuckDuckGo, поисковая система, получает прибыль за счет целевой рекламы [9]. Но вместо того, чтобы таргетировать пользователей путем доступа к их личной информации, он отображает рекламу на основе контекстной информации.

Помимо повышения уровня вовлеченности и соблюдения законов о конфиденциальности данных, контекстную рекламу проще реализовать, и она не требует большого количества данных.

И то, и другое стоит протестировать как часть рекламной стратегии. Кроме того, можно использовать контекстную и поведенческую рекламу вместе, как это делают большинство маркетологов, и расширить возможности таргетинга, чтобы повысить доход и рентабельность инвестиций рекламодателя.

Рекламодатели затмили контекстную рекламу, поскольку они предпочитали таргетинг, но с введением в действие законов о конфиденциальности и удалением сторонних файлов cookie контекстная реклама возвращается на свое место. Если действовать проактивно и быстро перейти к контекстной рекламе, то можно извлечь выгоду из трафика.

Многие менеджеры IT компаний не различают контекстную рекламу и SEO продвижение, хотя есть ключевые различия между данными понятиями. Поисковая выдача более стабильный вариант, но это не дает никакого рекламного эффекта для организации, так же это довольно длительный процесс достижения результатов посредством данного продвижения, которым практически невозможно управлять. А контекстной рекламой управлять можно и нужно, если вы видите, что эффект слабый, то внеся изменения эффект заметен по времени в течении часа.

В поисковой сети рекламодатель делает ставку на ключевое слово [10], и если потенциальный покупатель использует это ключевое слово в запросе, то будет показано объявление. Этот процесс взаимодействия основан на том, что пользователь активно ищет информацию, связанную с ключевым словом, выбранным рекламодателем для показа рекламы.

Несмотря на то, что информационная сеть во многом схожа, она очень отличается, и к ней следует подходить с совершенно иным мышлением.

В сети контекстной рекламы пользователь обычно читает статью в Интернете, и показываются объявления, основанные на содержании этой статьи. Чтобы правильно сопоставить статьи и ключевые слова, по которым рекламодатели делают ставки, поисковые системы просматривают статью, чтобы определить тему статьи. Затем они просматривают группы объявлений в аккаунтах рекламодателей, чтобы решить, к какой теме они относятся. Когда они совпадают, объявления рекламодателей отображаются на странице содержания с соответствующей статьей [https://hardmandigital.com/blog/chem-seo-otlichaetsya-ot-kontekstnoy-reklamy/].

В поисковой сети пользователь активно участвует в поисковом процессе. В сети контекстной рекламы пользователь читает и статьи и объявления, которые отображаются в зависимости

от темы статьи. Это гораздо более реактивный рекламный процесс, чем поиск.

Было бы несправедливо утверждать, что один из трех видов рекламы является лучше других, поскольку все они имеют разные преимущества и имеют свои недостатки. Хотя контекстная реклама делает компанию независимой от третьих лиц, и ей не нужно беспокоиться о законах о конфиденциальности; поведенческая реклама предлагает точный и более детальный таргетинг.

Поисковая и контекстная реклама очень разные. Процесс взаимодействия с пользователем отличается. Нацеливания также являются разными. Поэтому рекламодатели должны рассматривать их отдельно. При создании отчетов для различных систем необходимо сегментировать анализируемые данные на поиск или контекст, а также оценивать каждую сеть по-разному.

Ни контекстная реклама, ни поисковая не обязательно лучше других. Это разные формы рекламы. Как только рекламодатели будут рассматривать сети как уникальные друг от друга, а затем проводить оптимизацию на основе характеристик каждой сети, рентабельность инвестиций соответственно возрастет. ■

1. Chen, J. 2019. Contextual Advertising. Retrieved from: <https://www.investopedia.com/terms/c/contextual-advertising.asp>
2. Gungum. Contextual Advertising: The New Frontier. Retrieved from: <https://insights.gumgum.com/hubfs/Contextual-Advertising-the-new-frontier-final-guide.pdf>
3. Boiten, E. 2021. Google's Scrapping Third-Party Cookies – But Invasive Targeted Advertising Will Live On. Retrieved from: <https://theconversation.com/google-scrapping-third-party-cookies-but-invasive-targeted-advertising-will-live-on-156530>
4. Publifit 2021. Contextual Advertising – Everything You Need to Know. Retrieved from: <https://www.publifit.com/blog/contextual-advertising-everything-you-need-to-know>
5. Brill, R. 2020. The 2020 Guide To Contextual Advertising. Retrieved from: <https://brillmedia.co/the-2020-guide-to-contextual-advertising/>
6. Google. We value your content. Retrieved from: [https://www.google.com/intl/ru\\_ru/adsense/start/](https://www.google.com/intl/ru_ru/adsense/start/)
7. Kirkpatrick, K. 2016. Advertising via Algorithm. Retrieved from: <https://cacm.acm.org/news/198460-advertising-via-algorithm/fulltext>
8. GumGum, 2020. Study: Contextual Targeting More Cost Efficient than Behavioral; GumGum Most Accurate Contextual Vendor. Retrieved from: <https://gumgum.com/newsroom/press-releases/study-contextual-targeting-more-cost-efficient-than-behavioral-gumgum-most-accurate-contextual-vendor>
9. Cao, S. 2019. DuckDuckGo Policy Chief: Search Engines Don't Need to Track Users to Make Money. Retrieved from: <https://observer.com/2019/10/duckduckgo-google-competing-search-engine-user-privacy-tracking-ad-revenue/>



10. Investis Digital 2021. Search vs. Display Advertising. Retrieved from: <https://www.investisdigital.com/blog/paid-media/search-vs-display-advertising>

11. Ткачук Е. Чем SEO отличается от контекстной рекламы? [Электронный ресурс] / Е. Ткачук // URL: <https://hardmandigital.com/blog/chem-seo-otlichaetsya-ot-kontekstnoy-reklamy/>

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Boiten, E. 2021. Google's Scrapping Third-Party Cookies – But Invasive Targeted Advertising Will Live On. Retrieved from: <https://theconversation.com/googles-scrapping-third-party-cookies-but-invasive-targeted-advertising-will-live-on-156530>

Brill, R. 2020. The 2020 Guide To Contextual Advertising. Retrieved from: <https://brillmedia.co/the-2020-guide-to-contextual-advertising/>

Cao, S. 2019. DuckDuckGo Policy Chief: Search Engines Don't Need to Track Users to Make Money. Retrieved from: <https://observer.com/2019/10/duckduckgo-google-competing-search-engine-user-privacy-tracking-ad-revenue/>

Chen, J. 2019. Contextual Advertising. Retrieved from: <https://www.investopedia.com/terms/c/contextual-advertising.asp>

Google. We value your content. Retrieved from: [https://www.google.com/intl/ru\\_ru/adsense/start/](https://www.google.com/intl/ru_ru/adsense/start/)

GumGum, 2020. Study: Contextual Targeting More Cost Efficient than Behavioral; GumGum Most Accurate Contextual Vendor. Retrieved from: <https://gumgum.com/newsroom/press-releases/study-contextual-targeting-more-cost-efficient-than-behavioral-gumgum-most-accurate-contextual-vendor>

Gungum. Contextual Advertising: The New Frontier. Retrieved from:

<https://insights.gumgum.com/hubfs/Contextual-Advertising-the-new-frontier-final-guide.pdf>

Investis Digital 2021. Search vs. Display Advertising. Retrieved from: <https://www.investisdigital.com/blog/paid-media/search-vs-display-advertising>

Kirkpatrick, K. 2016. Advertising via Algorithm. Retrieved from: <https://cacm.acm.org/news/198460-advertising-via-algorithm/fulltext>

Publift 2021. Contextual Advertising – Everything You Need to Know. Retrieved from: <https://www.publift.com/blog/contextual-advertising-everything-you-need-to-know>

Ткачук Е. Чем SEO отличается от контекстной рекламы? [Электронный ресурс] / Е. Ткачук // URL: <https://hardmandigital.com/blog/chem-seo-otlichaetsya-ot-kontekstnoy-reklamy/>

---

#### Differences between contextual, behavioral and search advertising

© Leonteva A., Tapkharova O., 2021

Major promotion systems offer advertisers the ability to show their ads on both contextual and behavioral and search networks. However, these networks are very different from the process of interaction with consumers and should be treated in a completely different way. This article discusses the main differences and advantages of PPC advertising over behavioral and search engine (SEO). As a result of the study, it was found that it makes sense to test all three types of advertising as part of a digital marketing mix. As artificial intelligence continues to evolve and the marketing landscape continues to change, each one evolves accordingly to offer advertisers more options. Using contextual, behavioral and search advertising together can help create a more holistic approach and reach shoppers in different ways at different stages.

*Keywords:* contextual advertising, behavioral advertising, search engine optimization, SEO

---

УДК 334.027

## ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В КОММЕРЧЕСКИХ ПРОЕКТАХ

© Леонтьева А. П., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье рассмотрено и описано, как контролировать и эффективно применять продвижение коммерческих аккаунтов в социальных сетях. Рассмотрены самые популярные социальные медиа, благодаря которым у компании появляется возможность рекламировать свои товары и услуги на разных информационных площадках. Проанализированы основные характеристики, используя которые можно успешно использовать социальные сети для бизнеса.

*Ключевые слова:* социальные сети, коммерческий аккаунт, проект, медиа, целевая аудитория, эффективность, результат

**Р**оль социальных сетей в открытии и ведении бизнеса растет с каждым годом и недооценивается многими по сей день. Именно благодаря социальным сетям, компания может стать известной, ее продукты востребованными не только на рынке местного

потребления, но и в других областях, услуги могут пользоваться большим спросом.

Социальные сети — это эволюция коммуникаций, таких как печать, фотография и телевидение. Социальные сети подобны живым организмам с собственной нервной системой, которая реагирует на то, что происходит в

физическом мире. Пользователи передают свой жизненный опыт и делятся им через социальные сети, и наоборот, они привносят то, что они освоили, в этом медиа пространстве в физическое пространство вокруг себя.

Примером коммерческой организации, начинающей свой путь, может быть как магазин одежды, так и крупный гостиничный бизнес. Социальные сети помогают организации наработать новую аудиторию, которая узнает о услугах и товарах через социальные сети, где данную компанию «отметили» в своих рекомендациях, т.е. оставили ссылку, на их аккаунт, в своем личном профиле и написали отзыв.

Существует множество преимуществ использования социальных сетей для компаний. Социальные сети позволяют быстро и недорого связаться с клиентами [2]. На самом деле, если сопоставить традиционные методы общения с клиентами (телефонные звонки, SMS-сообщения, личные встречи и так далее), то установление контактов в социальных сетях более эффективно, так как гораздо дешевле, из-за того, что регистрация в социальных сетях и отправка текстовых сообщений является бесплатной функцией. Кроме того, гораздо проще поддерживать обратную связь с клиентами в социальных сетях. Когда клиенту отвечают очень оперативно после того, как он задал вопрос, это создает положительное впечатление о компании. К тому же, если вы вовремя ответите клиенту, вероятность того, что он воспользуется услугами компании, или купит товар, намного больше, так как, если ответ клиенту будет слишком медлительным, он попросту обратится в другую компанию, где ответят быстрее. Скорость обратной связи очень важна при поддержании социальных сетей.

К списку недостатков можно отнести то, что на данный момент все более распространенным становится ведение бизнес-аккаунтов и интернет перенасыщен услугами и товарами, продаваемые в всемирной паутине. Нужно уметь чем-то отличаться от других компаний как по ведению своей страницы, так и по предложению продукта. Необходимо заинтересовать потенциальных потребителей настолько, чтобы им было интересно подписаться на вас и прочитать новости вашей компании, посмотреть предлагаемые услуги. Особенно важно учитывать целевую аудиторию каждой социальной сети, чтобы использовать именно ту медиа, где публикуются и зарегистрированы именно ваши потенциальные клиенты [3]. Администратору социальных сетей необходимо прослеживать все изменения в структурах и трендах социальных сетей для поддержания спроса на продукцию и услуги компании.

Джолли Варрен в своей статье [4] выделяет различные типы платформ социальных сетей, в которых многие организации размещают рекламу:

Во-первых, это сами социальные сети, в которых пользователи, преимущественно, общаются и изучают последние новости. В России наиболее популярные следующие социальные сети подобного плана: Вконтакте, Facebook, Одноклассники.

Микроблоги, такие, как Твиттер или Tumblr. В данных социальных медиа пользователи имеют возможность публиковать информацию в общую новостную ленту, размер которой не должен превышать определенного количества символов и медиа файлов. Благодаря этому, пользователи могут прочитать интересующую их информацию, новости или мысли популярных людей, и это не займет у них большого количества времени. Данный тип платформы наиболее распространен среди аудитории поколений X и Z.

Социальные сети с уклоном на фотографию. Распространение информации в данных социальных сетях происходит, преимущественно, с помощью изображений в новостной ленте. Также к этим изображениям можно публиковать описания, какие-либо интересные тексты, создавать обсуждения в комментариях, но основным фактором является фотография, если она не заинтересует клиента, то описание читать он не станет. Примером данных социальных сетей в России служит, в первую очередь, инстаграм. Также в инстаграм можно общаться со своими друзьями или клиентами в личных сообщениях, или же группах, а также через комментарии или прямые эфиры.

Популярная социальная сеть в России — это «Facebook». Количество пользователей снижается с каждым годом, но качество пользователей ценится высоко. Facebook остается самой популярной социальной сетью в мире, но из-за развития Российских социальных сетей не является таковой в Российской Федерации. Данная социальная сеть подходит для продвижения личного бренда или B2B сегмента. В Facebook есть официальные сообщества, где присутствует множество зарубежных организаций, которые являются лидером мнений в определенных отраслях. В России аудитория данной социальной сети включает в себя в основном людей взрослых и заинтересованных в развитии личного бренда. Если целевая аудитория — менеджеры или предприниматели, то Facebook является важной платформой для рекламы.

Социальная сеть «Instagram», демонстрирует высокие показатели прироста новых пользователей. Согласно статистике, на данный момент в Instagram ежемесячно проявляют активность более 1 млрд. зарегистрированных людей. В основном, социальной сетью пользуются люди в возрасте 18–27 лет. Доля пользователей женского пола по всему миру составляет 54 %, а в РФ 69 % пользователей — женщины. Ежемесячно на платформе проявляют активность более 2 миллионов рекламодателей, аудитория Instagram в России составляет 36 миллионов человек.

Такая платформа, как «Вконтакте» — это молодые люди, только закончившие ВУЗы, у

которых активная жизненная позиция и масса энергии. Средний возраст пользователей на данный момент составляет 25–34 года. Глядя на данные статистики, доля взрослой аудитории, 35–64 года, приблизительно равна 50 % пользователей. По половому признаку аудитория делится так: 48% мужчин и 52 % женщин.

Социальная сеть, статистика которой с годами не снижается — это «Одноклассники». Среднемесячная аудитория составляет 43 млн. пользователей, 59 % аудитории — женщины, но среди самой активной возрастной группы (26–35 лет) преобладает мужской пол. Аудитория «Одноклассников» более взрослая, чем в других социальных сетях, что позволяет предположить, что они более рассудительно подходят к рекламе. Наиболее популярные рекламные компании ориентированы на женщин со средним доходом.

Целевая аудитория — один из важнейших критериев оценки эффективности стратегии. Опубликованный контент должен представлять максимальный интерес для пользователя, чем-то привлекать потенциальных потребителей и выделяться из множества подобных себе организаций. За счет этого процент участия будет увеличен. Интерес к контенту порождает активность и, в свою очередь, увеличивает количество уникальных посещений профиля, а также подписок.

Если компания планирует увеличить объем продаж, социальные сети в наше время — это самый быстро развивающийся продажи вариант. Мир социальных сетей непрерывно меняется и развивается, и каждый день появляются новые тренды. То, что сработало в 2019 году, не будет гарантированно работать в 2020. Чтобы занимать лидерские позиции на рынке, опережать конкурентов по продажам и продвигать свою компанию, важно следить за последними тенденциями.

Основным критерием в рекламной компании должна быть честность, так как на период 2020 года пользователи за считанные секунды распознают проплаченную рекламу, а не честный отзыв. Чтобы любая реклама привлекла за собой клиентов, нужно для начала добиться их лояльности. Необходимо дать пользователю понять, что рекламодатель — это прозрачная компания, без всяких подводных камней и скрытых уловок. В наше время люди доверяют простоте. Для повышения прозрачности и повышения лояльности следует использовать инструменты, создающие более тесные связи с аудиторией.

Instagram Stories — это еще один популярный инструмент коммуникации с аудиторией. В настоящий момент они есть практически в каждой социальной сети. Это довольно быстрый способ оповестить клиентов о каких-либо изменениях или же развернуто ответить им в таком формате на какие-то вопросы. Самое главное преимущество данного инструмента в том, что у историй в

инстаграм есть функция «добавить в актуальное» — это удобный способ закрепить историю в профиле под определенным названием и пользователям будет очень комфортно этим пользоваться. Так как название закрепленных историй видно сразу, не нужно листать ленту и просматривать все посты, так как текст поста сразу же в ленте не отображается. Уход от текстовой подачи информации в фото и видео будет набирать обороты и дальше.

Оценка качества контента необходима для повышения активности. Стоит остановиться на трех важных моментах:

- уникальные просмотры;
- время, проведенное в профиле;
- количество просмотренного контента.

Цель состоит в том, чтобы увеличить все эти показатели с течением времени. Чем выше рост, тем выше активность и тем эффективнее стратегия.

Для анализа эффективности внедрения социальных сетей в маркетинг компании будут необходимы данные, включающие непосредственно то, что измеряют сами социальные сети. Например, клики по ссылкам. В Facebook Insights, а также в Instagram Stories вы можете видеть, как общие клики по вашим публикациям, так и конкретные клики по ссылкам. Клики по ссылкам являются наиболее важными, потому что они показывают наиболее подходящую форму взаимодействия. Это говорит о том, что целевая аудитория компании заинтересована в получении дополнительной информации и, если они находятся на веб-сайте компании, вы можете отслеживать их движение оттуда.

Еще один способ измерить эффективность — это охват и количество показов. Охват — это количество людей, которые видят пост, а показы — это количество просмотров публикации. Например, если объявление было показано одному и тому же пользователю дважды, оно будет считаться одним охватом и двумя показами. Если цель кампании состоит в том, чтобы показывать объявления определенному количеству людей или рассказать о ней как можно большему количеству людей, то ключевым показателем эффективности будет охват. Если цель компании состоит в том, чтобы несколько раз показывать рекламу аудитории для повышения узнаваемости бренда, показы были бы хорошим показателем. Все зависит от цели самой компании и ее стратегии развития.

В конечном итоге уровень активности вычисляется с помощью коэффициента вовлеченности «Engagement rate» (ER). Он показывает степень вовлеченности аудитории в контент. Расчет ведется по формуле:  $ER = \frac{\text{Общее количество лайков, репостов, комментариев и иной активности}}{\text{количество подписчиков}}$

Оценка статистик в сравнении с конкурентами является важным пунктом в списке критериев оценки эффективности стратегии. Существуют различные показатели, например, «Share Of Voice»,

иными словами, SOV. Расчет SOV очень прост. SOV = Все доступные упоминания вашего бренда/ Все доступные упоминания бренда компании-конкурента.

По всем вышеперечисленным показателям, по словам источника [1], эффективность работы в социальных сетях, прежде всего, должна быть точно измерена финансовыми показателями, такими как доход и прибыль компании. Если эти показатели не изменятся, в частности, независимо от того, насколько хорошая репутация организации и насколько она известна, все это не будет иметь смысла, так как главная цель сотрудничества с социальными сетями в конечном итоге состоит в увеличении прибыли. Поэтому вам следует оценить коэффициент конверсии. Увеличение данного показателя напрямую покажет эффективность маркетинговой стратегии, выбранной компанией. ■

---

1. Гохберг Л. М. Цифровая экономика: краткий статистический сборник / Л. М. Гохберг, Е. Ю. Кисляков, Я. И. Кузьминов – М.: НИУ ВШЭ, 2019 – 96 с. : ил. Библиогр.: с. 26

2. Материалы сайта [Электронный ресурс]: // Kaplan, A. Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media / A. Kaplan. Business Horizons, 2010 - Режим доступа: [https://www.researchgate.net/publication/222403703\\_Users\\_of\\_the\\_World\\_Unite\\_The\\_Challenges\\_and\\_Opportunities\\_of\\_Social\\_Media](https://www.researchgate.net/publication/222403703_Users_of_the_World_Unite_The_Challenges_and_Opportunities_of_Social_Media) (Дата обращения: 15.06.20)

3. Материалы сайта [Электронный ресурс]: // Social Media Properties. Is Overcrowding the Downfall? - Rightsource, 2009 — Режим доступа: <https://www.rightsourcemarketing.com/social-media/social-media-properties-is-overcrowding-the-downfall/> (Дата обращения: 28.05.20)

4. Материалы сайта [Электронный ресурс]: // The 6 most effective types of social media advertising in 2018 - bigcommerce — Режим доступа: <https://www.bigcommerce.com/blog/social-media-advertising/#what-are-the-benefits-of-advertising-on-social-media-channels> (Дата обращения: 20.05.20)

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Гохберг Л. М. Цифровая экономика: краткий статистический сборник / Л. М. Гохберг, Е. Ю. Кисляков, Я. И. Кузьминов – М.: НИУ ВШЭ, 2019 – 96 с. : ил. Библиогр.: с. 26

Материалы сайта [Электронный ресурс]: // Kaplan, A. Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media / A. Kaplan. Business Horizons, 2010 - Режим доступа: [https://www.researchgate.net/publication/222403703\\_Users\\_of\\_the\\_World\\_Unite\\_The\\_Challenges\\_and\\_Opportunities\\_of\\_Social\\_Media](https://www.researchgate.net/publication/222403703_Users_of_the_World_Unite_The_Challenges_and_Opportunities_of_Social_Media) (Дата обращения: 15.06.20)

Материалы сайта [Электронный ресурс]: // Social Media Properties. Is Overcrowding the Downfall? - Rightsource, 2009 — Режим доступа: <https://www.rightsourcemarketing.com/social-media/social-media-properties-is-overcrowding-the-downfall/> (Дата обращения: 28.05.20)

Материалы сайта [Электронный ресурс]: // The 6 most effective types of social media advertising in 2018 - bigcommerce — Режим доступа: <https://www.bigcommerce.com/blog/social-media-advertising/#what-are-the-benefits-of-advertising-on-social-media-channels> (Дата обращения: 20.05.20)

---

## Application of social media in commercial projects

© Leonteva A., 2021

This article discusses and effectively uses the promotion of commercial accounts in social networks. We consider the most popular social media, thanks to which you can advertise your products and services on different information platforms. Analyzed the main characteristics that can be successfully used in social networks for business.

*Keywords:* social networks, commercial account, project, media, target audience, efficiency, result

---

УДК 65.658

## ТРЕНДЫ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

© Маликова А. А., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье освещены проблемы современного менеджмента и тенденции его развития. Дается определение и характеристика понятия «менеджмент», кратко затрагивается его эволюция начиная с конца XIX века по настоящее время. Анализируя современное состояние системы управления, уделяется внимание сформировавшимся и ещё только формирующимся тенденциям развития науки и практики менеджмента, а также объективным факторам, влияющим на обозначенный процесс.

*Ключевые слова:* управленческое решение, современный менеджмент, организация, факторы развития менеджмента, тенденции развития менеджмента, инновационные процессы

Как известно понятие «менеджмент» пришло в Россию в конце XX века. Главными условиями этому послужили: технологическое и техническое развитие общества и переход к рыночной экономике. Менеджмент представляет собой совокупностью современных методов и инструментов управления, целью которых является повышение эффективности работы предприятия. Сегодня под менеджментом понимают искусство ведения бизнеса, стиль управления и умение добиваться высоких результатов в конкурентной среде.

«Тренд» — это тенденция или еще можно сказать, направление развития. В данной статье рассматриваются именно тенденции современного управления предприятием.

В настоящее время профессиональной подготовкой будущих менеджеров занимаются университеты и институты бизнеса. За последнее время произошли изменения в названиях и содержании выпускаемых ранее специальностей:

- снабженец стал менеджером по закупкам;
- типичный продавец — менеджером по продажам;
- администратор — HR-менеджером;
- «рекламщик» теперь именуется «пиарщиком» или PR-менеджером.

Гипотетически в будущем возможно, что сегодняшней учитель станет менеджером по работе с детьми, а врач — менеджером по работе с больным. Большое количество менеджеров в нашей жизни является одним из обстоятельств, объясняющих актуальность указанной выше проблемы.

Второе обстоятельство — тот факт, что институт менеджмента очень изменчив, так как развивается вместе с обществом, отвечает запросам общества и является обязательной его составной частью.

В научно-популярной, специальной и научной литературе можно обнаружить более двух сотен определений понятия «менеджмент».

Проанализировав и изучив соответствующую тему литературу, оказалось, что абсолютное большинство специалистов [1,2,3,4,5,6,7,8,9] видят

в «менеджменте» такой тип профессионального управления, которому присущи определённые характеристики, в числе которых главными являются:

- организация работы — анализ необходимых действий и решений;
- постановка задач — формирование общей цели и пути её достижения;
- установление критериев, отражающих эффективное выполнение работы;
- мотивация и развитие персонала;
- извлечение коммерческой прибыли;
- управление в границах одной компании;
- привлечение профессиональных управленцев [1].

На первый взгляд, приведенный выше набор характеристик менеджмента, может показаться вполне исчерпывающим. Но при более детальном изучении понятия «менеджмент» можно увидеть дополнительные особенности:

1. Изменение менеджмента под тенденции и потребности современного общества.

2. Российский менеджмент отличается от западной концепции менеджмента.

Большая «дистанция власти», слабая способность планирования и прогнозирования, но при этом умение быстро сконцентрироваться на поставленной задаче и добиться нужного результата являются основными особенностями российского менеджмента.

Главная проблема управления российскими предприятиями состоит в отсутствии у менеджеров навыков предпринимательства, зачастую границы деятельности каждого менеджера размыты, и он лишь выполняет определенные функции без заинтересованности в результате.

В связи с этим необходимо осуществлять подготовку квалифицированных управленческих кадров, понимающих, какие проблемы современного общества стоят перед менеджментом и современные тенденции по их решению.

В таблице (Табл.1) приведена эволюция менеджмента для более наглядного углубления в изучение его сути:

Таблица 1. Эволюция менеджмента

| № п/п | Дата     | Событие   | Значение этого события   |
|-------|----------|---|--|
| 1.    | 1886 год | На собрании Американского общества инженеров-механиков Генри Таун прочел доклад «Инженер в роли экономиста»   | Была сформулирована идея о том, что затраты и доходы должны привлекать внимание инженеров также, как и технология производства. Первое формирование понятие менеджмент в Америке.  |
| 2.    | 1911 год | Ф. Тейлор учредил Общество содействия научному менеджменту и опубликовал книгу «Принципы научного управления» | Основатель научного менеджмента, основным принципом является понятные задачи и методы выполнения работниками обязанностей, введение стимулирующих систем оплаты труда и повышение условий обслуживания рабочих мест [2]. |

|  |                               |   |   |
|--|-------------------------------|---|---|
| 3.   | начало XX века                | Генри Грант создал график Гранта, супруги Лилиан и Френк Гилберты — рационализация труда и организационная психология.  | Получил широкую известность график Гранта, отображающий плановые и реальные объёмы на всех стадиях производства. Первые разработки в сфере психологии управления персоналом, в планировании и распределении трудозатрат [3].      |
| 4.   | 1916г                         | Публикация работы А. Файоля «Общее и промышленное управление»   | Выделил 14 базовых принципов управления. Главная концепция — деление предприятия как организма на две сферы: материальную и социальную. Он разделил все функции управления на общие и специфические [3].                          |
| <p>Данный период характеризуется формированием новых направлений менеджмента. Появление планирования организации труда, материального стимулирования и нормирования труда, внедрение методов, повышающих производительность труда, дало толчок развитию производства.</p> <p>Менеджер должен был знать технологию производства и организовывать работу отталкиваясь от нее. Свой вклад в формирование менеджмента внесли М.Вебер, Г.Эмерсон, Г.Форд и многие другие.</p> |                               |   |   |
| 5.   | Середина XX века — начало XXI | Питер Фердинанд Друкер за многолетние исследования менеджмента опубликовал множество статей и книг. В 1973г вышло первое издание книги «Менеджмент: задачи, обязанности, практика». | Сформировал представление об информационном обществе, характеризуемым постоянными изменениями. Считал основной целью организации — «создание клиента», а так же первым предположил, что качество измеряет производительность [4]. |
| <p>В основу современного менеджмента легли принципы классического менеджмента. Некоторые из них не теряют актуальности в любых условиях развития общества, но многие все же требуют трансформации. Исследование и внедрение новых инструментов позволяет повысить эффективность уже известных методов управления.</p>  |                               |   |   |

Представленный анализ эволюционного развития менеджмента показывает, как активно внедрялись и изменялись принципы менеджмента на западе.

В России внедрение западного менеджмента, не адаптированного под менталитет российского общества, не принесло нужных результатов. Не случайно в нашем обществе имеют место термины «кризисный менеджер» и «эффективный менеджер».

Из изложенного выше, можно сделать вывод: в любой организации необходимо создать систему эффективного управления. Именно это представление рабочего процесса и послужило зарождением классического менеджмента [5].

Классический менеджмент по своей сути есть разделение процесса управления организацией по функциям. Его основными инструментами являются:

- планирование — определяет цели и пути достижения поставленных целей;
- контроль — занимается оценкой качества работы менеджеров;
- координация — организация совместной работы различных звеньев предприятия;
- мотивация — создаёт символы.

При кажущемся на первый взгляд идеальном построении всего производственного процесса, классический менеджмент не учитывает индивидуальных особенностей человека, возможностей его личности, которые раскрываются в процессе управления [6].

Именно это послужило переходу от классического к современному менеджменту (см. Таблицу 2).

Таблица 2. Характеристика современного менеджмента

| Вид менеджмента | Характеристика  |
|-----------------|---|
| Современный     | 1. Командная деятельность   |
| Классический    | Деятельность строилась вокруг одного управленца.                              |
| Современный     | 2. Носит разнонаправленный, командный характер и основан на самоуправлении.   |
|                 | 3. Непрерывность и повсеместность инноваций внутри организации.               |
|                 | 4. Совокупность методов коммуникации внутри коллектива.                       |
|                 | 5. Индивидуальные особенности, как инструмент достижения высоких результатов. |

|  |  |
|--|--|
|  | 6. Использование информационных технологий |
|  | 7. Обучение и самообучение.                |

В компании Google, каждый её сотрудник имеет полное право посвящать 20 % своего времени на личные разработки. Такие разработки часто становятся коммерческими проектами, которые компания внедряет в свое производство.

Можно сделать вывод, что с появлением новых принципов, расширяются обязанности и цели менеджеров.

Классический менеджмент уходит в прошлое, так как он не учитывает особенности человека XXI века [5]. Современные процессы, которые появляются во всех сферах деятельности, помогают улучшить качество жизни человека, а также охватывают управленческие процессы, это вызывает развитие новых принципов взаимодействия среди экономических субъектов.

Отношения между сотрудниками в коллективе подвержены изменениям, отсюда следует, что менеджерам необходимо искать новые, современные подходы выстраивания командных отношений между сотрудниками для эффективного выполнения стоящих перед ними задач [7].

Конечно, все это связано с влиянием и воздействием инновационных технологий на процесс управления [8]. Для управления обозначенной инновационной деятельностью на предприятиях создается специальная система внедрения новых технологий и процессов. Такая система управления называется инновационный менеджмент [9].

Основными тенденциями современного менеджмента являются:

- объединение процессов в управления;
- разработка новых показателей и критериев эффективности управления организациями;
- ориентация исключительно на непрерывные инновации;
- признание важности профессионального управления качеством;
- ориентация на удовлетворение потребностей конкретного потребителя;
- усиление влияния корпоративной (организационной) культуры;
- возрастание роли профессионализации управления;
- создание обучающихся организаций;
- ориентация управления на личность индивида в организации;
- ориентация на социальную и гуманистическую составляющую менеджмента;
- системный, ситуационный, процессный и поведенческий подход;
- наконец, появление новых конкретных видов менеджмента [10].

Следует подчеркнуть эффективность инициатив президента В.В. Путина, которые направлены на подготовку новых современных менеджеров,

отличающихся высокой степенью инициативности и креативности и отвечающих высокому уровню требований предъявляемыми в современном обществе. Имеются в виду проекты, популярные и востребованные сегодня в сфере образования, — «Лидеры России» и «Школа новых технологий»

Делая вывод можно сказать, что обозначенные выше тренды современного менеджмента в сегодняшних условиях удаленной работы, можно отнести к дополнительным. Основной же тенденцией в сложившейся сегодня непростой обстановке является переход менеджмента в режим «он-лайн», организация продуктивной дистанционной работы, которая сможет обеспечить дальнейшее эффективное управление предприятиями страны и продвижение её по пути цифровизации экономического пространства. ■

1. Орлов, А.И. Менеджмент / Учебник. М.: Издательство «Изумруд», 2013. – 265 с.
2. Инновационный менеджмент: Учебник / В.Г. Медынский. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 295 с.
3. Семенова, И.История менеджмента/ И.И. Семенова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 392 с.
4. Государственно-частное партнерство как форма взаимодействия государственного и частного секторов экономики / Ларина Н.В., Бочкова Т.А. // Экономика и управление: актуальные вопросы теории и практики. Материалы научно-практической конференции. – 2015. - С. 164-168.
5. Инновационный менеджмент: Учебник / В.Я. Горфинкель, А.И. Базилевич, Л.В. Бобков; Под ред. В.Я. Горфинкеля, Т.Г. Попадюк. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 381 с.
6. Аль Рутрут С.М., Эволюция классического менеджмента: функции и идеи // Электронный ресурс. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-klassicheskogo-menedzhmenta-funktsii-i-idei>.
7. Методы и инструменты мониторинга и управления работами проекта / Воргунова В.Р., Андреев С.Ю. // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2018. – №12 (28). – С. 125-128.
8. Инновационный менеджмент: Учебник / В.Г. Медынский. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 295 с.
9. Инновационный менеджмент: Учебник / В.Я. Горфинкель, А.И. Базилевич, Л.В. Бобков; Под ред. В.Я. Горфинкеля, Т.Г. Попадюк. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 381 с.
10. Дорофеева, Л.И. Тенденции развития менеджмента в России // Электронный ресурс. URL: <http://www.niiparadigma.ru/hsjournal>.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Аль Рутрут С.М., Эволюция классического менеджмента: функции и идеи // Электронный ресурс. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-klassicheskogo-menedzhmenta-funktsii-i-idei>.

Государственно-частное партнерство как форма взаимодействия государственного и частного

секторов экономики / Ларина Н.В., Бочкова Т.А. // Экономика и управление: актуальные вопросы теории и практики. Материалы научно-практической конференции. – 2015. – С. 164-168.

Дорофеева, Л.И. Тенденции развития менеджмента в России // Электронный ресурс. URL: <http://www.niparadigma.ru/hsjournal>.

Инновационный менеджмент: Учебник / В.Г. Медынский. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 295 с.

Инновационный менеджмент: Учебник / В.Г. Медынский. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 295 с.

Инновационный менеджмент: Учебник / В.Я. Горфинкель, А.И. Базилиевич, Л.В. Бобков; Под ред. В.Я. Горфинкеля, Т.Г. Попадюк. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 381 с.

Инновационный менеджмент: Учебник / В.Я. Горфинкель, А.И. Базилиевич, Л.В. Бобков; Под ред. В.Я. Горфинкеля, Т.Г. Попадюк. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 381 с.

Методы и инструменты мониторинга и управления работами проекта / Воргунова В.Р.,

Андреев С.Ю. // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2018. – №12 (28). – С. 125-128.

Орлов, А.И. Менеджмент / Учебник. М.: Издательство «Изумруд», 2013. – 265 с.

Семенова, И.История менеджмента/ И.И. Семенова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 392 с.

## Modern management trends

© **Malikova A., 2021**

This article highlights the problems of modern management and trends in its development. The definition and characteristics of the concept of "management" is given, its evolution from the end of the 19th century to the present is briefly touched upon. Analyzing the current state of the management system, attention is paid to the formed and still emerging trends in the development of science and management practice, as well as objective factors affecting the designated process.

*Keywords:* management decision, modern management, organization, management development factors, management development trends, innovation processes

УДК 65.01

## ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ МЕНЕДЖЕРА

© **Маликова А. А., 2021**

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В современных условиях жизни необходимо применение инструментов для повышения эффективности менеджеров. Одним из таких инструментов является тайм-менеджмент. В статье представлена сущность тайм-менеджмента и аргументирована важность его применения. Представлены основные проблемы неэффективного использования времени. Дана характеристика существующим методам тайм-менеджмента и анализ их практического применения.

*Ключевые слова:* тайм—менеджмент, методы тайм—менеджмента; планирование времени; повышение эффективности

**В**ремя, как известно, один из самых ограниченных ресурсов в мире. В связи с быстрыми темпами цифровизации общества, темп жизни неминуемо ускоряется. Возникает необходимость в правильном распределении и управлении временем.

Тайм-менеджмент это и есть управление временем. Он является совокупностью инструментов планирования и организации работы сотрудников предприятия, которые позволяют повысить эффективность использования рабочего времени и управлять объёмом задач, расставляя приоритеты и разделяя крупные задачи на подзадачи, а также делегированием обязанностей [1].

Целью статьи является изучение самых известных методов тайм-менеджмента, определение основных сложностей эффективного распределения и использования времени с которыми сталкиваются менеджеры в повседневной жизни, а также возможные пути решения этих проблем.

В основе тайм-менеджмента лежит принцип качественного выполнения работы и достижение поставленных целей за минимальный промежуток времени [3]. С английского языка тайм-менеджмент переводится как «управление временем», что является эффективным планированием рабочего времени для достижения целей, нахождение временных ресурсов и расстановка приоритетов, а также контроль выполнения запланированных задач. Рациональность использования времени — это самая актуальная проблема в современной организации работы любого предприятия и, в частности, его менеджеров.

Задача менеджера заключается в оптимизации деятельности путем определения приоритетов, минимизации времени и получения положительного результата [2]. А это значит, что менеджеру необходимо организовать свою деятельность так, чтобы создать идеальное соединение имеющихся ресурсов для продуктивной работы.



При неэффективном использовании времени происходит перегрузка деятельности.

Нерешенные задачи порождают эмоциональное напряжение, которое может со временем спровоцировать синдром хронической усталости и депрессии. Такое психологическое состояние снижает производительность и качество работы менеджера. Чтобы создать условия гармоничной жизни, необходимо рационально и последовательно выполнять ежедневные задачи.

Исследования в этой области указывают на то, что важными этапами управления являются необходимость и первоочередность планирования времени. Так как планирование помогает представить объем работ и выполнить их качественно. Фиксируя письменно все дела и, создавая расписание дня, можно уделить внимание работе, текущим делам и отдыху.

В связи с тем, что у каждого человека есть индивидуальные особенности, необходимо формировать технологии управления временем с учетом этих особенностей [1]:

- биологические часы — эта особенность влияет на то, в какое время суток приходится максимальная активность человека;
- интеллектуальный инжиниринг — это применение знаний о потенциале человеческого мозга, о его доминирующих полушариях;
- психологический будильник — это особенность, в которой выделяют психологическую временную перспективу, которая состоит из восприятия времени как процесса формирования психологического настоящего;
- стиль поведения человека — отражение моральных и этических норм личности, которые определяют реакцию человека на различные жизненные ситуации.

Для организации своего времени применяют различные методы тайм-менеджмента. Существует большое количество инструментов для обеспечения эффективной организации и управления временем, которые отличаются тем, что рассматривают рабочий процесс с разных сторон [3–4]:

Правило «6П». Правильное Предварительное Планирование Предотвращает Плохие Показатели. Планирование может точно распределять время, финансы и средства на несколько главных целей. Не

имея четкое фокусирование вряд ли возможно избежать разбрасывания и траты сил впустую с невпечатляющими результатами.

Принцип Парето или принцип 80:20, формулируется как «20 % усилий дают 80 % результата, а остальные 80 % усилий — лишь 20 %». Из множества значимых или незначимых факторов лишь единицы результативны. Каждая задача имеет свои особенности, отличающие ее от той, какой она кажется на первый взгляд. Ввиду их наличия ожидания и итоговый результат существенно отличаются. Этот метод помогает работнику оценить какая работа приносит наибольшую отдачу, для того чтобы прикладывать к ее выполнению больше ресурсов.

Метод ускоренного анализа по принципу Эйзенхауэра. Принцип Эйзенхауэра позволяет комбинировать только два критерия — «важно» и «срочно»; так получается четыре класса приоритетов:

- дела А (важные и срочные). Задача такого типа необходимо выполнять быстро, тогда они принесут значимый эффект;
- дела Б (важные, но еще не срочные). Такие задачи имеют самую большую отдачу, при несвоевременном выполнении, они переходят в группу А;
- дела В (срочные, но не важные). Сюда входят дела, не приносящие больших результатов, что может негативно отражаться на эффективности рабочего процесса.
- дела Г (неважные и несрочные). Эти задачи не приносят позитивных результатов.

Для успешного планирования вам необходимо проанализировать и классифицировать все стоящие перед вами задачи. Тогда у вас выстроится иерархичный список, благодаря которому вы будете знать, что, когда и как нужно делать для достижения своих целей.

Пирамида Франклина, или управление временем по методу Франклина, — это целостная система постановки и реализации целей. Ее главной особенностью является направленность на результат и планомерное движение от общего к частному. Весь жизненный распорядок, таким образом, подчинен достижению главных жизненных целей.



Рис. 1. Деление задач на подзадачи

Суть метода состоит в делении задач на подзадачи, создавая путь реализации любой глобальной задачи.

Метод «Альпы» — это техника планирования, в которой упор делается на контроль потраченного времени. Данный метод состоит из 5 этапов:

- составить перечень дел на день, включает в себя регулярные и входящие задачи.
- оценка времени выполнения каждой задачи из списка.
- резерв времени, по принципу 60:40, то есть план должен занимать не более 60 % рабочего времени, оставшиеся 40 % резервируются для срочных и незапланированных дел.
- сокращение времени, отведенного на задачи путями расстановки приоритетов или делегировании задач.
- подведение итогов выполнения поставленных задач.

У метода «Альпы» есть несколько преимуществ перед работой с обычным списком дел. Он помогает концентрироваться на главном и максимально эффективно распоряжаться имеющимся временем. А также снижает уровень стресса, повышают мотивацию и самодисциплину, а в конце дня создают ощущение успеха.

Personal Efficiency Program (PEP) — это методика личной эффективности. Это целая система методов и инструментов, позволяющая навести порядок в делах, в бумажных документах, в файлах на компьютере, в электронной почте и во всей личной информации, с которой сталкивается менеджер во время работы. Очень важным фактором методики, без которого она не будет работать, является выработка привычек. Качество работы и жизни зависит от тех привычек, которые у нас есть. И если сделать PEP своей привычкой, то это повысит эффективность работы в несколько раз.

Методика «Помидоры» — это техника управления временем. Это метод предполагает увеличение эффективности работы при меньших временных затратах за счёт глубокой концентрации и коротких перерывов. Отрезки времени — «помидоры» делятся по полчаса: 25 минут работы и 5 минут отдыха. Базовые принципы метода:

- определение задач, расставить приоритеты. здесь очень эффективно обратиться к пирамиде Франклина и принципу Эйзенхауэра.
- установить таймер на 25 минут.
- работайте, не отвлекаясь, до сигнала таймера
- сделайте короткий перерыв (5 минут).
- после каждого 4-го «помидора» делайте длинный перерыв (15–30 минут).

В результате такого подхода к делу повышается производительность работы.

Getting Things Done — это методология для организации и контроля задач. Ее придумал Дэвид

Аллен, бизнес-тренер и консультант по управлению. Она нужна, чтобы не только планировать, но и доводить намеченные дела до результата. Если ее правильно применять, система помогает успевать больше и бороться с многозадачностью. Принципы GTD:

- ничего не держать в голове — это принцип, на котором строится вся методология. все нужно фиксировать, даже мелкие задачи.
- проще значит лучше. фиксировать и систематизировать информацию нужно удобным способом.
- думать о решении, то есть подходить к делам с готовым решением реализации.
- одна задача в один момент времени, то есть нужно думать только о той задаче, которую выполняете сейчас.
- составить список действий. необходимо воспринимать каждую задачу, как список конкретных действий.

Методика «Швейцарский сыр» — методика планирования, позволяющая приступать к выполнению задачи постепенно.

Существуют правила работы с задачей по этому методу:

Выполнив часть задачи, не возвращайтесь к этой «дырке», а делайте новую.

Чем больше «дырок в сыре», тем ближе завершение задачи.

Разделите периоды выполнения задачи на несколько коротких периодов — по 10, 15 и 20 минут.

Хаос должен преобладать. Не должно быть логической последовательности при выполнении.

Таким образом выполнение задач напоминает швейцарский сыр, пронизанный дырками в разных его частях и в различных количествах.

Метод «100 блоков». Большинство людей спят по семь-восемь часов, а остальное время — 16–17 часов или примерно 1000 минут — бодрствуют. Если поделить эти 1000 минут на 100 10-минутных блоков, то от пробуждения и до отхода ко сну, весь ваш день будет помещен в эти небольшие десятиминутные квадратики. При заполнении этих блоки (каждый из которых длится 10 минут) тем, на что бы хотелось потратить свой день, можно увидеть какие дела занимают наибольшее количество времени. Если построить такие схемы на каждый день недели, то можно выявить недостатки организации времени и выяснить факторы, которые мешают навести порядок в расписании дня.

Позитивное влияние при применении вышеперечисленных методик на организацию рабочего процесса будет безусловным. Но все таки существуют факторы которые мешают внедрению их в рабочий процесс менеджера, так как: отсутствие обозначенных сроков выполнения задачи; несоответствие целей; рутинная работа не

вызывающая энтузиазма, перенос сроков выполнения задачи, что всегда приводит к перегрузке текущих дел, отсутствие режима, ненужные задачи, которые «крадут» время.

Как известно не существует универсальных систем планирования и управления временем. В повседневной жизни необходимо совмещать применение различных методов тайм-менеджмента подстраивая их под индивидуальные особенности, чтоб повысить эффективность конкретного человека, что приводит к повышению эффективности всего предприятия и улучшения качества жизни в целом.

Тайм-менеджмент один из самых продуктивных инструментов для использования менеджером в своей деятельности. Методы управления временем, позволяют упорядочить рабочее время, но эффективны только при систематическом соблюдении. Придерживаясь эти принципов, можно снизить эмоциональную нагрузку, чувствовать себя успешным и уверенным, распределять свое время таким образом, чтобы выполнять все вовремя. Осознанность и желание улучшить качество работы, позволяет повысить квалификацию, улучшить навыки в профессиональной деятельности, открыть возможности к обучению и саморазвитию, видеть нестандартные подходы решения задач. А все это в свою очередь поднимает работу предприятия на новый качественный уровень. ■

---

1. Калиниченко Л. Л. Особенности внедрения тайм-менеджмента на предприятии / Калиниченко Л. Л., Гаврилова А.А. // «Молодой ученый». -2017. -№ 4.4 (44.4). — С. 60-63.

2. Журавлева Х.К. Повышения эффективности использования рабочего времени руководителя с помощью тайм- менеджмента / Журавлева Х. К. // Управление развитием. - 2017.- № 20. — С. 96-98.

3. Лазоренко Т. В. Правила успешного использования тайм-менеджмента / Т. В. Лазоренко, Ю. А. Дидченко // «Молодой ученый». - 2017. - № 1 (41). - С. 632-635.

4. Прыщак Н. Д. Психология управления в организации: учеб. пособие / Н. Д. Прыщак, А. И. Леско. - [2- е изд., перераб. и доп.]. - Винница, 2016. - 150 с.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Журавлева Х.К. Повышения эффективности использования рабочего времени руководителя с помощью тайм- менеджмента / Журавлева Х. К. // Управление развитием. - 2017.- № 20. — С. 96-98.

Калиниченко Л. Л. Особенности внедрения тайм-менеджмента на предприятии / Калиниченко Л. Л., Гаврилова А.А. // «Молодой ученый». -2017. -№ 4.4 (44.4). — С. 60-63.

Лазоренко Т. В. Правила успешного использования тайм-менеджмента / Т. В. Лазоренко, Ю. А. Дидченко // «Молодой ученый». - 2017. - № 1 (41). - С. 632-635.

Прыщак Н. Д. Психология управления в организации: учеб. пособие / Н. Д. Прыщак, А. И. Леско. - [2- е изд., перераб. и доп.]. - Винница, 2016. - 150 с.

---

### Time management as a tool to improve the efficiency of a manager's work

© **Malikova A., 2021**

In modern conditions of life, it is necessary to use tools to improve the effectiveness of managers. Time management is one such tool. The article presents the essence of time management and substantiates the importance of its application. The main problems of inefficient use of time are presented. The characteristic of the existing methods of time management and the analysis of their practical application are given.

*Keywords:* time management, time management methods; time planning; increased efficiency

---

УДК 338.462

## ПОСТРОЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ В ВИДЕОИГРАХ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

© **Наумов И. А., 2021**

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье будет рассмотрено то, как происходят экономические отношения в сфере интерактивных развлечений с точки зрения конечного потребителя данных развлечений. Также будут рассмотрены различные модели интерактивных развлечений и их специфика экономики. Будут рассмотрены сильные и слабые стороны каждой модели, с точки зрения игроков, а также способы улучшения этих моделей с выгодой для разработчиков и издателей и без ущерба для потребителей.

*Ключевые слова:* Видеоигры, игровые валюты, экономические отношения, одиночные игры, мультиплеерные игры, F2P игры, платные игры

**Р**ынок видеоигр является одним из самых крупнорастущих в сфере развлечений [1]. В данной существуют видеоигры, которые

имеют симуляцию рынка различных внутриигровых товаров и услуг. И как реальные рынки, внутриигровые не идеальны. Это не идеальность

заключается в том, что такие рынки не могут удовлетворить потребности абсолютно всех потребителей игр.

Однако, данные внутриигровые рынки являются необходимостью для этой сферы, а поэтому разработчики воссоздают их в своих играх. У кого-то получается удовлетворить большую часть своей целевой аудитории, кто-то создаёт рынки с терпимыми ошибками, а кто-то создаёт абсолютно сломанные экономики, которые могут быть не критичны на фоне других аспектов данного интерактивного развлечения. В любом случае, по мнению автора, внутриигровые рынки и экономические взаимоотношения потребителей и продукта являются важной частью данной сферы. Данная работа не будет предлагать панацею, которая поможет воссоздавать идеальные экономики, однако, данная статья постарается предложить способы, которые с большой вероятностью смогут создать сбалансированные внутриигровые экономики и экономические отношения. Всё это будет рассмотрено исключительно со стороны потребителя конечного продукта.

Во-первых, необходимо рассмотреть, что такое экономика в видеоиграх и какую функцию она выполняет. Суть экономики в интерактивных развлечениях можно описать следующим образом: игрок развивает своего внутриигрового персонажа и накапливает деньги для получения наиболее выгодных для игрока благ, которые способствуют достижению целей, поставленных игрой, иногда целей, поставленных самих игроком. То есть экономику в видеоиграх можно назвать вспомогательным инструментом достижения цели. Однако, существуют видеоигры, в которых экономика является непосредственно способом достижения цели игры. В такие игры входят серия «Цивилизация» и «Endless Space», в которых существует так называемая экономическая победа, когда игрок первым достигает определённой планки богатства.

Среди интерактивных развлечений нередко существуют представители, которые позволяют достигнуть игроку конечной цели игры, без необходимости какого-либо экономического взаимодействия. Однако не всегда игровая реальность позволяет достигнуть цели таким образом. И здесь разработчики вынуждены внедрять экономическое взаимодействие между игрой и игроком. По мнению автора на сегодняшний день в играх используют три способа взаимодействия: Бартер, смешанный бартер и денежный обмен.

Самый первый способ экономического взаимодействия бартер. Всё далее будет рассматриваться с перспективы интерактивных развлечений. Зачастую бартер в видеоиграх редко используется как самостоятельный способ игрового взаимодействия, и он используется игровыми дизайнерами как вспомогательный способ взаимодействия, то есть потребитель может

получить какое-то необходимое ему благо, обменяв его на предмет из своего внутриигрового инвентаря. В играх, где бартер имеет второстепенную во внутриигровой экономике роль, такой предмет можно получить, потратив игровую валюту. Отсюда вытекает частая вторичность бартера. В случае если игровые дизайнеры хотят удержать игрока на более долгий срок, то необходимо увеличить роль бартера следующими способами. Во-первых, получение игрового блага можно усложнить тем, что потребителям будет необходимо больше бартерных — не уникальных предметов, которые не имеют стоимости у внутриигровых торговцев. Это вынудит игроков уделять большее количество времени внутриигровому миру. Однако, необходимо соблюдать баланс между влиятельностью бартера и внутриигровой валюты, так как перевес первого попросту оттолкнёт потребителей от зарабатывания внутриигровых валют, а перевес второго отторгнет у игроков желание к изучению игрового мира и обмену.

Что касается бартера в чистом виде, то есть без использования игровых денег, то такое экономическое взаимодействие используется редко. Из таких игр стоит выделить *This War of Mine* (2014). Отсутствие денег в этой игре обосновывается тем, что во время войны, деньги теряют свою ценность и на первый план выходит обмен [2]. Решение оставить в игре только бартер имеет смысл с повествовательной точки зрения и гармонично вписывается в игру, однако, это не означает то, что из-за этого геймдизайнеры должны фокусироваться только на бартере. Игровой бартер имеет ряд недостатков как для потребителей, так и для создателей. Что касается потребителей, то недостатки следующие.

Во-первых, бартер усложняет игру, с точки зрения микроменеджмента, то есть игрокам приходится рассчитывать, например, внутриигровой инвентарь персонажа, который зачастую ограничен, а это означает то, что рано или поздно игроку придётся пожертвовать внутриигровой вещью ради более ценной на определённый момент прохождения игры, однако, пожертвованная игроком вещь в дальнейшем может пригодиться ему. Зачастую проблема ограниченности решается игровыми дизайнерами тем, что порог этого ограничения уменьшается, то есть банальным увеличением внутриигрового инвентаря. Казалось бы, решение очевидно, нужно дать игроку неограниченный инвентарь, и этот способ работает в некоторых играх, но этот способ влечёт за собой то, что игрок попросту начинает заниматься собирательством, которое в конечном итоге упрощает игру и устраняет микроменеджмент игрового инвентаря. В случае, если разработчики выбирают путь неограниченного инвентаря, то накопительство можно решить введением срока полезности вещей. То есть, для внутриигрового аналога еды можно ввести срок пригодности потребления. Этот способ увеличит оборот

предметов во внутриигровом инвентаре персонажа, что приведёт к увеличению ценности предметов инвентаря. Однако, неправильное введение такого способа привлечёт к тому, что потребитель будет попросту заниматься более частым пополнением инвентаря, а не основными механиками игры.

Во-вторых, бартер увеличивает продолжительность игровых сессий. Потребитель не может приобрести необходимое ему благо, и поэтому он обязан постоянно отвлекаться на поиск необходимого ему бартерного предмета, а так как аналога денег не существует, то время сессий увеличивается. Это не является проблемой для ряда потребителей, однако, в случае если этот процесс монотонен, то он может вызывать у игроков негативные впечатления. По мнению автора, данную проблему можно решить следующим образом. Во-первых, можно добавлять аналоги бартерных предметов, то есть игрок сможет получить необходимое ему благо путем обмена других различных внутриигровых предметов. Во-вторых, можно дать возможность игроку получение необходимого блага различными способами. Это могут быть способы прямого взаимодействия, например использование различных навыков или кража или выполнение поручения владельца блага. В-третьих, можно дать возможность получения непрямыми характеристиками, например, системой репутации персонажа. Это позволит сократить время так называемого фарма (частый, зачастую монотонный поиск необходимых внутриигровых предметов).

Любая экономика как в жизни, так и в играх начинается с обмена. Зачастую в играх, как и в жизни в качестве меры стоимости обмена используется различная внутриигровая валюта, созданная в рамках вселенной и сюжета интерактивного развлечения. Что касается валюты, то ей может выступать виртуальный одноимённый аналог золота или американского доллара. Зачастую внутриигровые деньги являются несуществующими фидуциарными валютами. Однако суть их не отлична от реальной жизни. Внутриигровая валюта является мерой стоимости и способом обмена. В интерактивных развлечениях как правило используется несколько различных валют. Такие валюты делятся на два типа основную и премиальную.

Основная валюта — это та, которая доступна игроку по мере осуществления действий в играх. Игрок получает эту валюту за выполнение внутриигровых заданий, за нахождение её в внутриигровом мире и за торговлю с игровыми персонажами. Также существует валюта, которую можно получить за счёт выполнения дополнительных условий, однако, это не меняет сути валюты — основные валюты не требуют внешнего экономического вмешательства со стороны игрока, за исключением вероятной базовой покупки игры. Зачастую такая валюта выражается в

играх игровыми долларами, медными монетами, крышками и серебром.

Вторым типом валют можно назвать премиальную валюту. Суть этой валюты заключается в том, что для получения данной валюты необходимо внешнее денежное вмешательство со стороны игрока, иными словами донат в игру. Разумеется, существуют игры, которые позволяют получать премиальную валюту игровым путём, однако, зачастую для того, чтобы заработать столько премиальной валюты, сколько можно купить за минимальное количество реальных денег, потребуется несоизмеримо огромное количество реального времени. Примерами такой валюты часто выступают самоцветы, алмазы, золото и кредиты. Проблемы такой валюты заключаются в балансе. Зачастую разработчики игр внедряют такой способ для получения дополнительного заработка, однако, погоня за деньгами выливается в то, что за покупку премиальной валюты, игроки получают слишком сильные блага, что даёт им весомые преимущества, создавая дисбаланс и увеличивая стратификацию между игроками. Однако, в новых играх всё больше разработчиков стараются отойти от концепции того, что премиальная валюта даёт осязаемое преимущество. Вместо этого, разработчики внедряют премиальную валюту для покупки косметических улучшений, которые не дают внутриигрового преимущества.

Однако, в случае если в реальной жизни наличие денег редко является проблемой, то в случае с играми, деньги могут являться существенной проблемой для гейм-дизайнеров. В отличие от реального мира, где существует огромное количество возможностей в использовании денег, игры ограничены заранее заданными игровыми рамками и бюджетами игровых студий, что не позволяет и близко воспроизвести масштабы реального мира в использовании денег. Именно поэтому, зачастую в видеоиграх игрок с определённого момента игры может наблюдать то, что у него скопилось настолько огромное количество денег, что ему их попросту некуда тратить. Однако, данная проблема в основном ярко выражена в одиночных играх, которые будут рассмотрены далее.

Необходимо сделать разделение по типам игр на игры для одного игрока и нескольких. Далее первый тип игр будет упоминаться как игры для одного человека (далее синглплеер), а второй как игры для множества игроков (далее мультиплеер). Это разделение необходимо потому, что взаимодействие между потребителем и игрой использует разные экономические модели.

Первым рассматриваемым типом игр будут игры, в которых игрок взаимодействует только с отведённым ему игровым миром. В таком мире перед игроком разработчиками видеоигры ставится определённая цель, которую игроки стремятся достичь. Экономическое взаимодействие в таких играх сводится к тому, что игрок старается

различными путями получить лучшее и необходимое ему благо, которое поспособствует достижению цели. Торговля в синглплеерных играх осуществляется с помощью денег, за редким случаем вышеупомянутым бартером. Получив условную валюту различными способами, такими как нахождение и выполнение заданий, игрок может распорядиться ей различными способами, которые зависят от стиля игры: он может потратить её, сохранить для дальнейшей покупки, а может не использовать её в принципе, так как необходимое ему благо, он добудет другими способами, если это предусматривает игра. Зачастую стоимость валюты в таких играх ни к чему не прикреплена и не динамична. Из этого вытекает главная проблема одиночных игр, с которой могут столкнуться разработчики. Как было описано выше, игровые миры ограничиваются бюджетами, из этого вытекает то, что игрок, играя достаточно долгое количество времени, может заметить то, что он скопил настолько много валюты, что он может купить то, что ему нужно, при этом не прикладывая усилий в дальнейшем, и как следствие у игрока потеряется интерес к каким-либо игровым активностям или игре в целом. Проблема накопления ярко выражена в синглплеерных играх, так как регуляция экономики в играх нединамично и зависит только от самого игрока. Такая проблема зачастую исправляется тем, что разработчики значительно увеличивают стоимость последующих благ, однако, это может привести к тому, что игрок попросту не дойдёт до этого блага. По мнению автора, данную проблему можно исправить следующим образом, а именно введением поэтапной шкалы удорожания денег. Суть такого обесценивания будет заключаться в том, что на каком-то определённом этапе игры, определённые блага будут стоить дороже, нежели чем они стоили на прошлом этапе. Этими этапами могут выступать сюжетные главы или уровень персонажа игрока. Такую систему необходимо правильно сбалансировать, то есть увеличить стоимость благ настолько, чтобы игрок был в состоянии получить это благо и оставить ещё немного для последующих этапов. В противном случае игрок попросту не сможет позволить себе это благо и в принципе может застрять в определённой точке игры. Другим способом избавления от чрезмерного накопления также является привязка стоимости благ, но уже к денежному внутриигровому балансу потребителя, то есть стоимость внутриигровых вещей будет зависеть от количества валюты у внутриигрового персонажа. Такие блага будут иметь заранее заданную стоимость, однако, в зависимости от количества денег у игрока, это стоимость будет увеличиваться. В случае если у игрока количество денег опустилось до определённой точки, стоимость блага будет возвращаться к первоначальной стоимости. Такая система может поспособствовать тому, что деньги игрока будут тратиться в большем количестве, что подтолкнёт его к дальнейшему

поиску валюты. Оба эти способа сводятся к тому, что в игровых экономиках, в которых игрок взаимодействует только с игрой, необходима инфляция.

Другой не инфляционный способ, который позволит избежать чрезмерного накопления, можно назвать внутриигровой махинацией. То есть игрок будет безвозвратно терять определённые или случайные суммы. Это может происходить, например, из-за ограбления, или прочего внутриигрового обмена со стороны разработчиков. Это может быть как заранее прописанный внутриигровой акт или игровая случайность. Однако, неправильное внедрение данного способа может негативно повлиять на игроков.

Ещё одним способом создания экономики, с нивелированием чрезмерного накопления является введение ограничения на доступное количество денежных средств. Так поступили разработчики Bioshock.

В целом проблема создания экономики в синглплеерных играх сводится к следующему:

- ограниченность миров приводит к тому, что игрок рано или поздно придёт к субъективно ультимативному благу, после получения которого, игроку не нужно будет заниматься поиском благ;
- статичность стоимости вещей приводит к тому, что большее количество внутриигровой денежной массы не приводит к инфляции, то есть по мере накопления денег, траты остаются фиксированными.

По мнению автора, чтобы создать сбалансированную экономику в одиночной видеоигре, нужно решить вторую проблему, так как первую проблему в основном решают в многопользовательских играх, которые будут рассмотрены далее.

В отличие от одиночных игр, мультиплеерные игры подразумевают взаимодействие между множеством игроков. Здесь, как и в синглплеерных играх, экономика способствует достижению поставленных целей. Проблемы с экономикой в мультиплеерных играх как правило заключаются в балансе благ, которые покупаются за валюту. Однако, как правило проблема накопления в мультиплеерных играх проявляется достаточно редко, так как разработчики зачастую добавляют всё новые внутриигровые вещи. Также, разработчики зачастую балансируют и переделывают различные внутриигровые вещи, так как взаимодействие между игроками позволяет, в отличие от одиночных игр, отслеживать баланс вещей. Всего в мультиплеерных играх можно выделить два вида экономического взаимодействия: игрок-игра и игрок-игрок.

Взаимодействие игрок-игра подразумевает то, что потребитель приобретает блага в игровом магазине. Такой магазин регулируется разработчиками. Здесь нет особых различий от взаимодействия в синглплеерных играх, за исключением того, что в это взаимодействие в

многопользовательских проектах чаще регулируется разработчиками.

Во взаимодействии типа игрок-игрок кроется основное отличие экономики многопользовательской игры от экономики одиночной игры. Здесь различие кроется в том, что сами игроки определяют стоимость благ. Такое взаимодействие может происходить как на внутриигровой площадке, аналоге биржи, и на сторонних площадках. Отличие первых в том, что разработчики сами определяют стоимость обмена. Например, в такой игре, как «Escape from Tarkov» существует внутриигровая биржа, в которой основной мерой стоимости является заранее заданная условная валюта. Что касается сторонних площадок, то на них игроки сами определяют стоимость, способ обмена и меру стоимости. Такими площадками в основном пользуются в случае, если игра позволяет непосредственно обмениваться между игроками. Такими площадками пользуются игроки Counter Strike Go и Dota 2.

Как правило, экономика многопользовательских является более гибкой и динамичной за счёт взаимодействия игроков и постоянного контроля со стороны разработчиков. Однако, в экономиках мультиплеерных играх всё же существует ряд требований к этим экономикам.

Необходимо тщательное балансирование вещей и работа с игровым сообществом, так как обновления всё же требуют затрат сил.

Необходимо соблюдать баланс этих самых благ. Доступность этих благ одним игрокам, даёт им чувство достижения и удовлетворённости и даёт некоторую лояльность.

Исходя из вышеописанного можно сделать следующий вывод. Сделать идеальную экономику в видеоигре, которая подойдёт под любой стиль игрока, задача почти нереальная. Какой-то категории игроков хочется видеть экономику, которая будет усложнять игровой процесс, другой категории хочется, чтобы она, наоборот, упрощала

процесс, а другим она попросту не нужна. Так или иначе, но эффективная игровая экономика, по мнению автора, это та, которая помогает игроку достичь цели, но при этом не ведёт его за руку. ■

---

1. Объём игрового рынка на сегодняшний день. [Электронный ресурс] // Сайт DTF.-2021 – URL: <https://dtf.ru/gameindustry/87795-obshchiy-obem-igrovoy-industrii-v-2019-godu-sostavil-148-8-milliarda-dollarov> (Дата обращения 23.01.2021)

2. Проблемы создания экономики в видеоиграх. [Электронный ресурс] // Сайт DTF.-2021 – URL: <https://dtf.ru/gamedev/76400-problemy-sozdaniya-ekonomiki-v-igrah> (Дата обращения 23.01.2021)

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Объём игрового рынка на сегодняшний день. [Электронный ресурс] // Сайт DTF.-2021 – URL: <https://dtf.ru/gameindustry/87795-obshchiy-obem-igrovoy-industrii-v-2019-godu-sostavil-148-8-milliarda-dollarov> (Дата обращения 23.01.2021)

Проблемы создания экономики в видеоиграх. [Электронный ресурс] // Сайт DTF.-2021 – URL: <https://dtf.ru/gamedev/76400-problemy-sozdaniya-ekonomiki-v-igrah> (Дата обращения 23.01.2021)

---

### Building economic models in video games from the point of view of the consumer

© Naumov I., 2021

This article will examine how the economic relations in the field of interactive entertainment take place from the point of view of the end user of this entertainment. Various models of interactive entertainment and their economic specifics will also be considered. The strengths and weaknesses of each model, from the perspective of the players, will be considered, as well as ways to improve these models to the benefit of developers and publishers and without harming consumers.

*Keywords:* Video games, game currencies, economic relations, single-player games, multiplayer games, F2P games, paid games

---

УДК 336.648

## НОВАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ВЗАИМНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

© Новичкова И. В., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Ситуация в экономике в целом и на финансовом рынке в частности значительно изменилась за период пандемии. Для стимулирования роста экономики требуются инвестиции не только в крупные компании. Автор описывает альтернативную экономическую модель для прямого финансирования стартапов, а также проектов малого и среднего бизнеса в новых экономических условиях.

*Ключевые слова:* стартап, модель инвестирования, финансирование, малый и средний бизнес

Период 2019 и 2020 года можно назвать кризисным периодом. Не только пандемия, которая вызвала резкое снижение потребительского спроса, но и глобальные экономические изменения, которые фактически были до эпидемии, в том числе описанные в современной монетарной теории механизмы государственного регулирования экономик, манипуляции ключевыми ставками, количественные смягчения, санкционная повестка, проблемы валютного регулирования, колебания цен на нефть в рамках пересмотра соглашений ОПЕК, и в целом изменение модели ведения бизнеса в результате четвертой промышленной революции привели к необходимости построения новых экономических моделей, в том числе инвестиционных.

Банки как стандартные финансовые посредники между собственником и потребителем денег, берущие свои комиссии, вынужденные резервировать денежные средства, предоставляющие стандартный набор банковских услуг, перестали соответствовать требованиям новой экономики [3]. Современную экономику называют по-разному, в том числе одноранговой экономикой. Одноранговость в стандартном определении предполагает отсутствие посредников, однако в новой экономике такими посредниками стали платформы. AirBnB на рынке аренды жилья, Aliexpress и Amazon в торговле, и много других платформ сегодня стали выполнять роль посредников, но посредников цифровых. Они упрощают доступ поставщиков и потребителей сервисов, берут небольшие комиссии, проводят быстрые сделки и по сути являются маркетплейсами и гарантами проводимых сделок. При этом на российском рынке практически отсутствуют собственные маркетплейсы. Есть лишь единичные примеры в ритейле. Более того, Центральный банк Российской Федерации пытается взять на себя роль такого финансово маркетплейса, но нужно понимать, что для Центрального банка игроками рынка являются только финансовые организации, а сервисами — только стандартный набор услуг, предусмотренных законодательством о банковском деле.

Однако сегодня многие стандартные модели финансирования теряют свою актуальность, становясь низкодоходными для инвесторов и слишком «дорогими» для заемщиков, тормозят экономику, которая и так находится на стадии рецессии. На фоне падения мировых индексов,

уменьшения капитала инвесторов, а также падения курса рубля относительно доллара, усиливается проблема привлечения «дешевых» денег для инвестирования малого бизнеса и стартапов — молодых, чаще инновационных, идей. Рынок не верит в окупаемость таких проектов, инвесторы не готовы принимать на себя риски, предпочитают финансировать масштабирование компаний, уже положительно показавших себя.

Ещё одной из проблем является низкий уровень инвестиционной грамотности в целом по стране. Россияне предпочитают держать свободные деньги под низким процентом на вкладе в банке, так как, во-первых, банковская система уже заслужила определенное доверие у людей, во-вторых, общий уровень финансовой грамотности, а особенно цифровой финансовой грамотности — пока что низок в России. По состоянию на март 2021 года, счета на Мосбирже имеют 11 050 505 человек, что составляет 7,5 процентов от всего населения страны [1]. Более того, активно клиентов в системе торгов лишь 16 % от числа зарегистрированных уникальных клиентов. Эти показатели значительно выросли год к году, однако всё ещё показывают очень низкие значения. Тогда как в США зафиксировано более 80 % частных инвесторов.

Возникает обоснованный вопрос: почему за 2020 год открыли новые брокерские счета порядка 5 % населения, а регулярно инвестирует лишь 1,25 % от всего населения страны. Ключевым моментом является низкая финансовая грамотность граждан: отсутствие знаний по механизму работы каждого финансового инструмента, неспособность рационально оценивать риски компаний и их отчетность (большая подверженность тренду, который транслируется в СМИ, через знакомых), «борьба жадности и страха».

Как решение автор предлагает создание понятного механизма прямых инвестиций в стартапы и компании малого и среднего бизнеса на российском рынке.

Во-первых, инвестировать можно будет в региональные компании, продукцией которых зачастую пользуется житель. Соответственно, частный инвестор вкладывается не только в идею и название, но и в уже сформированную бизнес-модель. Эти компании знают, их легко проверить.

Во-вторых, экспертами будет производиться комплексная оценка инвестиционных идей, поэтому начинающий инвестор будет более подготовлен, приобретая инструмент.

Для понимания модели обратимся к рисунку 1.





Рис. 1. Модель прямых инвестиций (составлено автором)

Р2Р-инвестиции — это прямые инвестиции в компанию/проект, где фонд лишь оказывает посреднические услуги, выполняя функцию агрегатора, оценщика и гаранта сделки.

Фонд состоит из 2-х частей:

Краудинвестинговая онлайн-площадка

Фонд оценивает инвестиционную привлекательность проектов и формализуют отношения между заемщиком и частным инвестором, Сотрудниками фонда являются: эксперты и аналитики по финансам, проектному управлению и стратегическому менеджменту, юристы для структурирования и сопровождения сделок с двух сторон (договор займа, доля).

На сегодняшний день теоретически обоснованы и реализованы на практике такие формы краудинвестинга, как роялти, народное кредитование и акционерный краудинвестинг [2]. В данной модели планируется использование последних двух форм возврата капитала частным инвесторам.

Такая региональная структура позволит повысить доверие к инвестированию путём создания системы взаимоотношений между заемщиком и инвестором, снизит затраты обеих сторон сделки, повысит уровень инвестиционной культуры в регионе.

На глобальном уровне данный механизм предполагает решение двух проблем — выстроить систему финансирования малого бизнеса и стартапов (их акций нет на биржах) за счет альтернативных небанковских инструментов, а также вовлечь частных инвесторов в инвестирование российских компаний за счет создания платформы р2р-инвестиций. Для решения этих проблем и необходима модель.

Если говорить о стейкхолдерах проекта, то их можно разделить на несколько категорий;

- предприниматели и бизнесмены, которым необходим стартовый капитал для запуска проектов, привлечение дополнительных средств на масштабирование.

- частные инвесторы, заинтересованы в высокорентабельном вложении своих средств.

- экспертное сообщество, которое будет привлечено для оценки проектов и составления системы рейтингов.

- интеграторы, которые смогут на предлагаемой платформе использовать разные модели финансового посредничества.

- экономика в целом, которая получит рабочие места, налоговые поступления и эффективную небанковскую финансовую систему.

Вышеупомянутая рамочная модель является универсальной и легко масштабируемой, предоставляющая заемщикам более простой и быстрый способ привлечения финансирования, а для инвесторов (в том числе, частных) — широкий каталог с возможностью выбора наиболее понравившихся проектов, опираясь в том числе на рейтинг учредителей того или иного проекта, а также на показатели инвестиционную привлекательность проекта.

Такая модель инвестиций поможет простимулировать российскую экономику: в посткризисном периоде необходимо новые рабочие места, создание которых на старой основе невозможно. Появление новых проектов и стартапов даст возможность создания не только рабочих мест для предпринимателей, но и стимулирует косвенную занятость.

Исследование проведено при финансовой поддержке гранта Иркутского государственного университета для молодых ученых № 091-20-323 «Новая экономическая модель взаимных инвестиций в условиях кризиса». ■

1. Статистика по клиентам за 2021 год // МосБиржа [Электронный ресурс]- Режим доступа: <https://fs.moex.com/files/22304> (Дата обращения: 31.03.2021)

2. Демидов, М. Как работает краудинвестинг? / М. Демидов // Rusbase – независимое издание о технологиях и бизнесе [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа:

<http://rusbase.com/opinion/crowdinvesting/>. (Дата обращения: 20.03.2021)

3. Мелехина, М. Краудфандинг в Беларуси: площадки, перспективы, мировой опыт / М.Мелехина // Финансовый портал Myfin.by [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://myfin.by/stati/view/5478-kraudfanding-v-belarusi-ploshhadki-perspektivy-mirovoj-opyt>. – (Дата доступа: 18.03.2021)

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Демидов, М. Как работает краудинвестинг? / М. Демидов // Rusbase – независимое издание о технологиях и бизнесе [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://rusbase.com/opinion/crowdinvesting/>. (Дата обращения: 20.03.2021)

Мелехина, М. Краудфандинг в Беларуси: площадки, перспективы, мировой опыт / М.Мелехина // Финансовый портал Myfin.by [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://myfin.by/stati/view/5478-kraudfanding-v-belarusi-ploshhadki-perspektivy-mirovoj-opyt>.

belarusi-ploshhadki-perspektivy-mirovoj-opyt. – (Дата доступа: 18.03.2021)

Статистика по клиентам за 2021 год // МосБиржа [Электронный ресурс]- Режим доступа: <https://fs.moex.com/files/22304> (Дата обращения: 31.03.2021)

#### A new economic model of mutual investment under a crisis

© Novichkova I., 2021

The situation in the economy in general and in the financial market in particular has changed significantly over the period of the pandemic. Stimulating economic growth requires investment not only in large companies. The author describes an alternative economic model for direct financing of startups, as well as small and medium business projects in the new economic environment.

*Keywords:* start-up project, investment model, financing, small business, project funding

УДК 005.4

## ОТ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА К КАЧЕСТВУ ЖИЗНИ

© Панцевич Д. А., Шагиахметова Е. А., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье изложен материал по поводу перехода от менеджмента качества к качеству жизни. Подробно рассказывается о понятиях «менеджмент качества» и «качество жизни». Рассказывается о подходах к данным понятиям. Также в статье изложено то, как следует перейти в производстве от «менеджмент качества» к «качество жизни».

*Ключевые слова:* качество менеджмента, качество жизни, предпринимательство

**Х**ХI в. — «век качества» вне всякого сомнения. Слово «качество» окружает человека повсюду:

- на рекламных щитах;
- на телевидении;
- в газетах и т.д.

Политики, бизнесмены и чиновники постоянно повторяют данное слово. В настоящее время «качество» — это модное слово, которое произносят почти каждый человек, рекламируя услуги или продавая свой товар.

Когда человека спрашивают, что для него важнее всего в продукте, то он отвечает «качество». Многие компании уделяют большое внимание процессу совершенствования качества продукции. В настоящее время качество — это ведущая сила, которая может привести компанию к успеху.

Но что представляет собой качество? У каждого работника в фирме или организации будет свой ответ на данный вопрос. Так что же такое качество? Спросите об этом менеджера, и вы услышите приблизительно один ответ: «свойство чего-то для обеспечения надежности». Мы должны посмотреть, как понятие «качество» определяется в научных источниках.

В русском словаре сказано, что под качеством понимают существенный признак, который отличают один предмет от другого.

Было принято, что слово «качество» обладает философским началом. Если посмотреть в энциклопедическом словаре, то под качеством понимают философскую категорию, которая определяется в существенной определенности объекта, благодаря которому он именно им и является.

Получается, что под философским пониманием качества определяется отличие одного предмета от другого. В нем фиксируется:

- качество;
- свойство.

С точки зрения философии в понятии «качество» нет оценочного характера, поэтому сложно поставить вопрос об оценке качества или различии плохого и хорошего.

В IV в. до н. э. Аристотель в «Метафизика» подвергнул анализу категорию качества. В исследовании он определил, что: «...качеством, с одной стороны, называется видовое отличие сущности». Как можно заметить в данном понимании много отличительных черт предметов.

В разных исследованиях философских школ мы можем глубокое изучение сущности категории.

В современном мире наиболее распространенным является «производственное» определение качества. Ключевым становится понятие «качество продукции».

Под качеством продукции понимается совокупность потребительских свойств данной продукции, которые значимы для потребителя. Также существует и другое определение.

Качество продукции — это совокупность свойств товара, которая обусловлена способностью удовлетворять потребности потребителя. В данном определении мы видим, что качество напрямую связано с потребностью покупателя. Именно поэтому интересы покупателя ставятся во главу для улучшения качества товара. Мы можем вынести формулу «качество невозможно без потребности».

Получается, исходя из определения, у качества может быть разный уровень. Продукт одного наименования может быть хорошим и менее хорошим.

Так мы можем выделить два одинаковых признака в любой продукции:

- ценность с позиции потребителя;
- определенные свойства.

В области бенчмаркинга специалисты считают, что под качеством продукции следует понимать степень удовлетворение потребностей потребителя.

Нельзя рассматривать понятие качество, изолировано от потребителя и производителя. У обеих категорий оно взаимосвязано. Потребитель может задавать требования к продукции, а производитель должен перевести данные требования в характеристики, которые в будущем приобретет товар.

Теперь, нужно понять, что представляет собой понятие «качество жизни». Системная оценка всех составляющих и разработка алгоритмов программы качества характеризует эффективное управление качеством жизни.

В настоящее время нет точного определение «качество жизни». В программе ООН (Организация Объединенных Наций) сказано, что основными характеристики качества жизни является:

- продолжительность жизни;

- здоровье;
- качество природной среды;
- ВВП и многое другое.

В настоящее время существует переход от стратегии выживания к повышению качества жизни граждан в стране.

В ряде исследований можно заметить, что качество жизни исследуется с 3 сторон:

- условие жизни;
- продолжительность жизни;
- уровень жизни.

Если посмотреть тщательно на данную теорию, то можно заметить, что в ее основе заложено оптимизация условий жизнедеятельности людей в профессии и внепроизводственной сфере.

В некоторых исследованиях при оценке качества жизни заложен критерий, который связан с социальной стратификацией. В таком случае, качество жизни — это комплексный показатель, в который включен комплекс ценностных показателей и условий жизнедеятельности населения.

При таком подходе «качество жизни» связывается с базовыми потребностями населения:

- физиологические потребности (потребность в питании);
- потребности в безопасности (потребность в безопасном состоянии);
- потребности в принадлежности (принадлежность к группе);
- потребность в уважении и признании (удовлетворение потребности в уважении и признании со стороны);
- потребность в самореализации (стремление получения новых навыков и знаний).

Было проведено исследование по мониторингу качества жизни населения. Данное исследование проводили ученые из Финансового университета при Правительстве РФ.

Оценка качества жизни проходила по таким показателям, как:

- медицинские показатели;
- количество населения и т.д.

Мы привели пример нескольких городов, как Самара, Казань, Волгоград и Саратов.

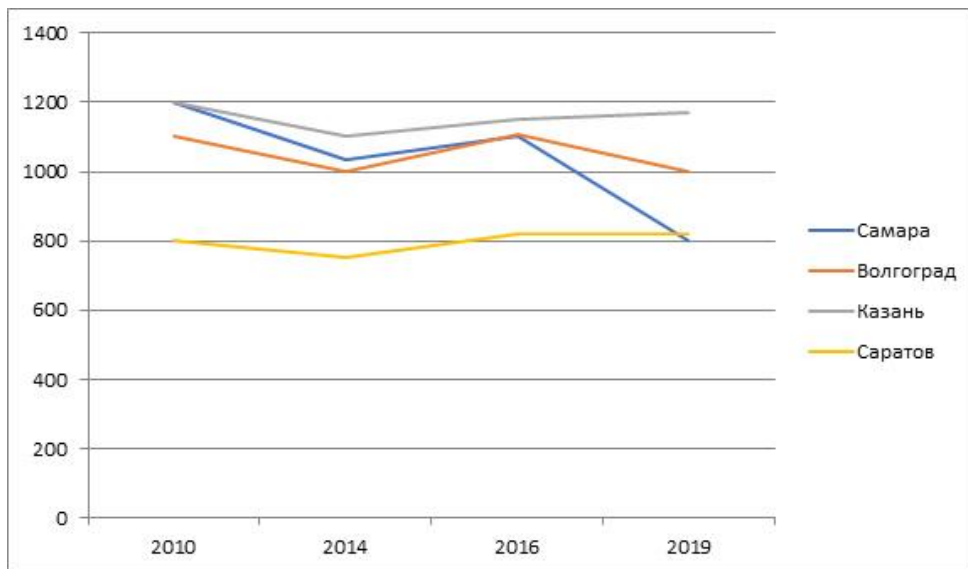


Рис. 1. Численность постоянного населения

По приросту населения отстает больше всего Самара. Большой приток наблюдается у Казани.

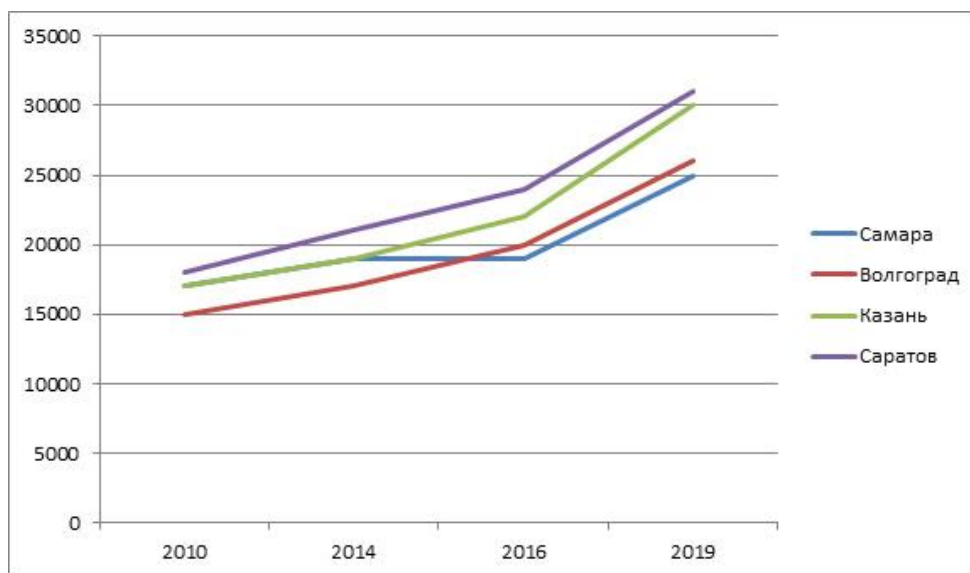


Рис. 2. Динамика среднемесячной зарплаты

Как можно судить по рисунку, во всех городах растет зарплата. Наибольший рост произошел наблюдается во всех городах за последний год.

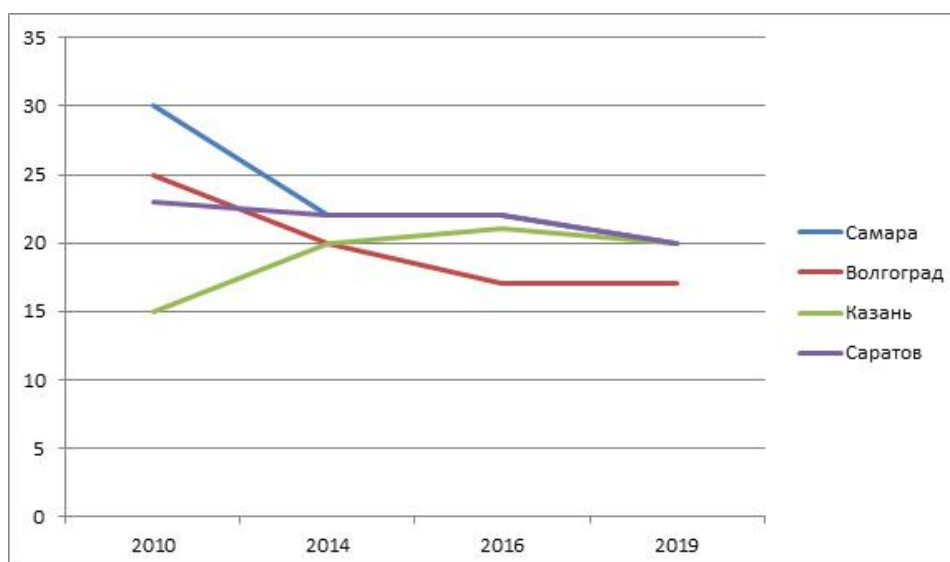


Рис. 3 Число зарегистрированных преступлений

В Казани с каждым годом количество преступлений растет, в то время как в Саратове, Самаре и Волгограде уровень преступлений снижается.

Для анализа качества жизни населения в российских городах исследовались и субъективные показатели, отражающие мнение населения относительно различных сторон его жизни.

|           | Доля граждан удовлетворенных своей жизнью | Доля граждан уверенных в завтрашнем дне | Доля граждан удовлетворенных состоянием своего дома | Доля граждан удовлетворенных состоянием города |
|-----------|---|---|---|--|
| Самара    | 77  | 56                                      | 46  | 45   |
| Волгоград | 60  | 43                                      | 43  | 17   |
| Казань    | 85  | 64                                      | 48  | 87   |
| Саратов   | 72  | 48                                      | 44  | 36   |

Из таблицы мы можем увидеть, что жители Казани наиболее всего удовлетворены состоянием своего города и жизнью. Наименьший показатель в городе Волгограде.

Собственно, исследование было посвящено поиску новых критериев и методик по оценке качества жизни населения российских городов. Качество жизни россиян сравнивали, применяя несколько методических подходов. В итоге, Самара оказалась на 22-м месте из 37-ми.

В настоящее время категория «качество жизни населения» широко используется в экономических, социологических, медицинских исследованиях, достаточно часто встречается в политических выступлениях и публикациях СМИ. Проблема необходимости повышения качества жизни населения российских территорий обозначена и в указах Президента РФ, как одна из наиболее значимых в вопросах обеспечения национальной безопасности страны.

Если рассматривать переход от менеджмента качества к качеству жизни, то можно сказать, что нужно стремиться не только к тому, чтобы производить качественные продукты, но, и чтобы качество жизни населения улучшалось. Та, продукция, которую граждане покупают, должна

идти не только на удовлетворение их потребностей, но, и прежде всего, на улучшение их жизнедеятельности. Поэтому государству стоит пересмотреть некоторые подходы в управлении и экономики, чтобы реализовать данную идею.

Применяя правила менеджмента, правительство может улучшить качество жизни населения, путем:

- разработки социальных планов развития;
- обеспечение социальной защиты граждан;

- разработки оптимальных смет расхода на создание и удовлетворение потребностей общественных товаров и услуг.

С помощью данных методов управления качество жизни у населения будет улучшаться, и потребности населения будут удовлетворяться.

Подводя итог, можно сказать, что в настоящее время переход от менеджмента качества к менеджменту жизни еще не происходит, но в ближайшем будущем о нем стоит задуматься и начать реализовывать для жизни граждан. ■

1. . Елифанов, К. А. О системе менеджмента качества, ее принципах и ее автоматизации // Молодой ученый. — 2020. — № 38 (328). — С. 226-229.

2. Зайцева, А. Е. Процессный подход как принцип системы менеджмента качества // Молодой ученый. — 2017. — № 2 (136). — С. 417-419.

3. Тен В.В. От менеджмента качества к качеству менеджмента// Вестник Тамбовского государственного технического университета. — 2015. - № 2. — С. 64-74.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Епифанов, К. А. О системе менеджмента качества, ее принципах и ее автоматизации // Молодой ученый. — 2020. — № 38 (328). — С. 226-229.

Зайцева, А. Е. Процессный подход как принцип системы менеджмента качества // Молодой ученый. — 2017. — № 2 (136). — С. 417-419.

Тен В.В. От менеджмента качества к качеству менеджмента// Вестник Тамбовского

государственного технического университета. — 2015. - № 2. — С. 64-74.

#### From quality management to the quality of life

© **Pantsevich D., Shagiakhmetova E., 2021**

The article contains material on the transition from quality management to quality of life. The article describes in detail the concepts of «quality management & quality of life». Approaches to these concepts are described. The article also describes how to move from «quality management» to «quality of life» in production.

*Keywords:* quality of management, quality of life, entrepreneurship

УДК 330.3

## ВЗАИМОСВЯЗЬ БИЗНЕСА, ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ И ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

© **Салаев С. Т., 2021**

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье рассматривается взаимосвязь между глобальным индексом инноваций, уровнем цифровизации страны и позицией стран в международном рейтинге «Doing Business».

*Ключевые слова:* глобальный инновационный индекс, уровень цифровизации страны, рейтинг «Doing Business»

Независимо от характера развития экономики любых развитых или новых индустриальных стран в мировой экономике, развитие цифровой экономики напрямую взаимосвязано с инновационным развитием, прозрачностью, простотой и развитием ведения бизнеса в стране.

В связи с этим, изучения опыта развития стран с высоким уровнем цифровизации экономики в рейтинге «Doing Business-2019», в частности США вызывает большой интерес у стран, которые нацелены на улучшение показателей в данной сфере.

Уровень изученности предмета. В 21 веке термин инновационной экономики, цифровых технологий уже стали предметом изучения многих научных исследований. В частности, исследования проведенные Yunfu Xu и Aiya Li показали, что развитие человеческого капитала напрямую влияет на уровень развития инноваций в стране. Исследование показало, что в стране, с низким уровнем квалифицированных кадров, уровень экономического развития невысок. В исследованиях, проведенных Merve Doğruel Anuşlu, Seniye Ümit Firat, говорится что использованием международных инновационных индексов, страны имеют возможность оценивать свою экономику и уровень развития бизнеса.

Satish Nambisan, Mike Wright и Maryann Feldman в своих исследованиях доказывают, что развитие цифровых технологий, платформ и инфраструктуры привело к внедрению инноваций и иного рода предпринимательства.

Автором были изучены исследования по этой теме, но исследований о взаимосвязи между бизнесом, инновациями и цифровой экономикой выявлено не было.

Методология исследования.

В исследование были использованы такие методы, как индукция, дедукция и научная абстракция. Метод анализа и синтеза был использован для изучения взаимосвязи между Глобальным индексом инноваций, «Doing Business» и уровнем цифровизации в стране.

Анализ и результаты.

Глобальный инновационный индекс — один из ключевых индикаторов, который анализирует и синтезирует показатели инновационного развития стран в мировой экономике.

Данный индекс формируется по следующим позициям:

1. Адекватность условий для ведения инновационной деятельности:
  - 1.1. институты;
  - 1.2. человеческий капитал и исследования;
  - 1.3. инфраструктура;
  - 1.4. развитие внутреннего рынка;

- 1.5. развитие бизнеса.
2. Практические исследования для инноваций:
  - 2.1. развитие технологий и экономики знаний;
  - 2.2. результаты творческой деятельности.

Рейтинг составлен по 100-балльной системе.  
По итогам 2019 года Швейцария заняла 1-е место в этом рейтинге с 67,2 балла (таблица 1).

Таблица 1. Первая десятка стран в Global Innovation Index 2019

| Рейтинг | Страны         | Индекс | Позиция по уровню цифровизации экономики | Показатели «Doing business-2019» |
|---------|----------------|--------|--|----------------------------------|
| 1       | Швейцария      | 67,2   | 8  | 36                               |
| 2       | Швеция         | 63,7   | 11                                       | 10                               |
| 3       | США            | 61,7   | 1  | 6                                |
| 4       | Нидерландия    | 61,4   | 3  | 42                               |
| 5       | Великобритания | 61,3   | 2  | 8                                |
| 6       | Финляндия      | 59,8   | 10                                       | 20                               |
| 7       | Дания          | 58,4   | 7  | 4                                |
| 8       | Сингапур       | 58,4   | 13                                       | 2                                |
| 9       | Германия       | 58,2   | 14                                       | 22                               |
| 10      | Израиль        | 57,4   | 23                                       | 35                               |

В продолжении выше приведенной таблицы можно наблюдать позиции Китая и Японии на 14-м и 15-м местах. В топ-20 стран также вошли Южная Корея, Франция, Канада, Гонконг, Норвегия и Люксембург.

Более пристальный взгляд на экономики стран, перечисленных в первой таблице, показывает, что эти страны также имеют высокий уровень цифровизации своих экономик.



Рис. 1. Взаимосвязь между глобальным инновационным индексом, уровнем цифровизации экономики и позицией стран в рейтинге «Doing business»

Согласно исследованию ученых из Harvard Business Review Россия был составлен список стран с самым высоким уровнем цифровизации. При составлении данного списка использовались такие индикаторы как онлайн-рейтинги, цифровая и аналоговая инфраструктура, прозрачность данных, наличие платформ электронной коммерции, платформ цифровых медиа, показатели «Doing business» оцениваются по шкале от 0–5 баллов.

Если провести сравнительный анализ данных графика 1, то самые высокие показатели во всех трех рейтингах соответствуют доле США, Великобритании, Дании, Швеции, Сингапура, Финляндии. То есть условия ведения бизнеса в стране влияют на цифровизацию экономики, а цифровизация экономики влияет на инновации.

Следовательно, эти три процесса тесно взаимосвязаны друг с другом в виде цепочки. В таких странах, как Швейцария, Нидерланды, Израиль и Германия, низкий уровень регистрации бизнеса, международная торговля и защита инвесторов не включены в рейтинг Doing Business

Однако онлайн-платформы, цифровая и аналоговая инфраструктура, открытость данных, платформы электронной коммерции, количество цифровых медиа-платформ были учтены в рейтинге страны, что привело к высоким позициям в цифровом рейтинге.

При анализе автор сфокусировался на показателях развития цифровой экономики в США, которая занимает высокие места по всем трем этим показателям.

Как мы видели, инновационная политика также влияет на цифровизацию экономики. Инновационная политика США включает следующие направления:

- развитие федеральных лабораторий. Эти лаборатории финансируются министерствами и действуют как исследовательские центры;

- исследования развивают инновационную деятельность через развитие академического образования. Это направление осуществляется государством, студенты занимаются фундаментальными исследованиями;

- технологии американского производства переносятся в другие страны; это направление позволит широко использовать технологии американского производства;

- специализация регионов в определенном научно-производственном секторе;

- развитие инновационных кластеров; эта сфера будет играть важную роль в привлечении инвестиций, обеспечивая при этом взаимозависимость производства и исследований;

- человеческий капитал; Одним из основных принципов современного американского развития является развитие человеческого капитала; это направление осуществляется при поддержке специальных учебных заведений или отдельных специалистов;

- миграционная политика; Это включает государственную поддержку въезда, проживания и размещения высококвалифицированного персонала с исследовательским потенциалом.

Еще одним важным фактором развития цифровой экономики в США являются технологические парки страны и крупные компании, занимающиеся инновационной деятельностью.

В частности, один из крупнейших технопарков США, Кремниевая долина, создает цифровые инновации, начиная от платежных систем и заканчивая языковыми переводчиками. В Соединенных Штатах работают самые известные в мире компании в области цифровых инноваций, такие как Google, IBM, Facebook, Microsoft. Интересно, что большая часть финансирования инноваций в Соединенных Штатах предоставляется крупным бизнесом.

Zenith Optimedia составила список из 30 ведущих медиа-компаний. По его словам, все пять ведущих компаний, такие как Google, Walt Disney Company, DirecTV, 21st Century Fox, Comcast, находятся в США.

Такие компании, как Google, Intel и Walt Disney, также входят в первую десятку по данным исследования Forbes.

Согласно Global Innovation Index, расходы правительства и бизнеса в США на ИТ сферу составили 511 миллиардов долларов США. На такие компании, как Alphabet и Microsoft, приходилось 32 миллиарда долларов США из этих средств.

Выводы. В результате исследования автор пришел к следующим выводам:

- если развитие бизнеса в стране ускоряет производство инноваций, развитие инноваций приведет к увеличению цифровизации в стране;

- идея о том, что инновационные процессы финансируются только государством или общественными институтами, потеряла актуальность в современной экономике, и бизнес также важен для развития инновационной экономики;

- человеческий капитал — важнейший фактор развития инновационной экономики. ■

---

1. Yunfu Xu, Aiya Li, (2020). The relationship between innovative human capital and interprovincial economic growth based on panel data model and spatial econometrics, *Journal of Computational and Applied Mathematics*, Volume 365, 2020, 112381, ISSN 0377-0427, <https://doi.org/10.1016/j.cam.2019.1123>(<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S037704271930384X>)

2. Merve Doğruel Anuşlu, Seniye Ümit Fırat (2019). Clustering analysis application on Industry 4.0-driven global indexes, *Procedia Computer Science*, Volume 158, 2019, Pages 145-152, 1877-0509, <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.0>(<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050919311950>)

3. Satish Nambisan, Mike Wright, Maryann Feldman. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes, *Research Policy*, Volume 48, Issue 8, 2019, 103773, ISSN 0048-7333, <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.0>(<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048733319300812>)

4. INSEAD, WIPO, Cornell University: The Global Innovation Index 2019.

5. <https://russian.doingbusiness.org/ru/rankings>

6. <https://hbr-russia.ru/innovatsii/issledovaniya/818884>

7. ZenithOptimedia: Топ-30 крупнейших медиакомпаний мира <https://adindex.ru/news/media/2014/05/7/109946.phtml>

8. Forbes опубликовала рейтинг 100 крупнейших цифровых компаний. <https://novostivl.ru/post/76735/>

9. GLOBAL INNOVATION INDEX 20 <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-economy>

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Merve Doğruel Anuşlu, Seniye Ümit Fırat (2019). Clustering analysis application on Industry 4.0-driven global indexes, *Procedia Computer Science*, Volume 158, 2019, Pages 145-152, 1877-0509, <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.0>(<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050919311950>)

Forbes опубликовала рейтинг 100 крупнейших цифровых компаний. <https://novostivl.ru/post/76735/>  
GLOBAL INNOVATION INDEX 20 <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-economy>

<https://hbr-russia.ru/innovatsii/issledovaniya/818884>

<https://russian.doingbusiness.org/ru/rankings>



INSEAD, WIPO, Cornell University: The Global Innovation Index 2019.

Satish Nambisan, Mike Wright, Maryann Feldman. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes, Research Policy, Volume 48, Issue 8, 2019, 103773, ISSN 0048-7333, <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.008>(<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048733319300812>)

Yunfu Xu, Aiya Li, (2020). The relationship between innovative human capital and interprovincial economic growth based on panel data model and spatial econometrics, Journal of Computational and Applied Mathematics, Volume 365, 2020, 112381, ISSN 0377-0427,

<https://doi.org/10.1016/j.cam.2019.1123>(<http://www.sc>

[iencedirect.com/science/article/pii/S037704271930384X](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S037704271930384X))

ZenithOptimedia: Топ-30 крупнейших медиакомпаний мира <https://adindex.ru/news/media/2014/05/7/109946.phtml>

## THE INTERACTION OF BUSINESS, INNOVATE DEVELOPMENT AND THE DIGITAL ECONOMY

© Salayev S., 2021

There is discussed in the article the relationship between the Global Innovation Index, the level of digitalization of the country and the position of countries in the international ranking of «Doing Business».

*Keywords:* Global Innovation Index, country digitalization rate, «Doing business», USA, innovation, business

УДК 338.984

## МОДЕЛЬ БЮДЖЕТНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МОДЕЛИ

© Сидоренко Р. А., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье рассматриваются основы бюджетного планирования организация, выбор модели бюджетного планирования, а также рассмотрены основные способы оценки эффективности модели бюджетного планирования.

*Ключевые слова:* бюджетное планирование, модель бюджетного планирования, оценка эффективности бюджетного планирования

**В**опросы финансового бюджетирования, планирования и анализа полученных результатов тесно коррелирует с успехом в ведении бизнеса. Сколько произвести товара, сколько и каких купить материалов, какое количество прибыли получит компания — вопросы, на которые должно дать ответ руководство предприятия, прежде чем начинать свою деятельность.

Основой и началом управления предприятием является планирование. В современных рыночных отношениях планирование финансовой деятельности всех компаний, независимо от сферы деятельности и формы собственности, является важным условием эффективного функционирования.

Методы, с помощью которых осуществляется процесс бюджетирования:

- метод прямого счета (экономический анализ);
- нормативный метод;
- балансный метод;
- «Бюджетирование с нуля»;
- бюджетирование, ориентированное на результат;
- программно-целевое бюджетирование.

С помощью представленных методов руководству компании предстоит выбрать модель бюджетного планирования. Модель бюджетного планирования — система взаимосвязанных, взаимозависимых бюджетов, количественно отражающая план деятельности хозяйствующего субъекта на определённый период времени (цикл).

Бюджетное планирование или бюджетирование — это процесс составления, рассмотрения, утверждения бюджетов в целом по предприятию, его структурным единицам, видам бизнеса [1]. Фундаментом бюджетного планирования является непосредственно сам бюджет.

По мнению американского профессора Энтони Аткинсона бюджет — это количественное выражение денежных притоков (поступлений) и оттоков (выплат), которые предсказывают последствия текущих операционных решений и возможность финансового плана удовлетворять целям организации [2]. По определению Института дипломированных управляющих бухгалтеров по управленческому учёту (США), бюджет — это «количественный план в денежном выражении, подготовленный и принятый до определённого периода, обычно показывающий планируемую величину дохода, которая должна быть достигнута, и/или расходы, которые должны быть понижены в

течение этого периода, и капитал, который необходимо привлечь для достижения данной цели»

В зависимости от размеров предприятия, поставленных целей организации, определенных руководством, применяются разные модели бюджетного планирования [3]. Следует отметить, что в России понятие «бюджет» традиционно трактовалось как смета доходов и расходов некоторого субъекта на определённый период. Такая точка зрения распространена и сегодня. В частности, автор монографии «Планирование деятельности фирмы» М.М. Алексева характеризует бюджет именно таким образом [4].

Выбирая модель бюджетного планирования руководству, предстоит выбрать те виды бюджетов, которые необходимы для управления деятельностью конкретно их компании.

В общем виде бюджеты можно разделить на 4 группы:

- операционный бюджет;
- инвестиционный бюджет;
- финансовый бюджет;
- сводный бюджет (мастер-бюджет, или, как ещё его называют генеральный бюджет).

Операционный бюджет — это бюджет всех доходов и расходов организации. Основой для операционного бюджета может служить бюджет продаж, бюджет производства, бюджет закупок, бюджет затрат на оплату труда, бюджет прямых материальных затрат, бюджет дебиторской и кредиторской задолженностей и т.п.

Инвестиционный бюджет — это бюджет, в котором отражаются притоки и оттоки денежных средств по инвестиционной деятельности предприятия. Такой бюджет может включать в себя следующие виды бюджетов:

- бюджет капитальных вложений и инвестиций
- бюджет реализации внеоборотных активов
- бюджет долевого участия в инвестициях
- бюджет инвестиционных поступлений
- бюджет инвестиционных выплат

Финансовый бюджет — бюджет, идентифицирующий ожидаемые финансовые последствия от деятельности, отраженных в операционных бюджетах [5]. В него может входить бюджет финансовой деятельности, бюджет кредитов и займов, бюджет движения собственного капитала, бюджет краткосрочных финансовых вложений, бюджет движения денежных средств и т.п.

Сводный бюджет, как следует из названия, является обобщением всех вышеперечисленных бюджетов. Также в него может входить бюджет неоперационных доходов и расходов, платежный бюджет, прогнозный баланс, целевые и контрольные показатели деятельности компании и т.п.

Оценка эффективности бюджетного планирования есть естественная форма выполнения одной из основных управленческих функций —

контроля. Повышение эффективности бюджетного планирования приведет к росту результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия и улучшению всех бизнес-процессов организации.

Эффективность планирования можно отразить как отношение результатов бюджетного планирования к затратам на это планирование [6]:

$$\mathcal{E}_{\text{БП}} = \frac{P_{\text{БП}}}{Z_{\text{БП}}} \quad (1)$$

$\mathcal{E}_{\text{БП}}$  — эффективность бюджетного планирования;

$P_{\text{БП}}$  — результат бюджетного планирования;

$Z_{\text{БП}}$  — затраты на бюджетное планирование.

Это классический вид оценки эффективности планирования, однако не единственный. Также может применяться оценка эффективности бюджетного

планирования по статьям бюджета:

$$\mathcal{E}_{\text{СБ}} = \frac{П_{\text{СБ}}}{Ф_{\text{СБ}}} \quad (2)$$

$\mathcal{E}_{\text{СБ}}$  — эффективность конкретной статьи бюджета;

$П_{\text{СБ}}$  — планируемое значение конкретной статьи бюджета;

$Ф_{\text{СБ}}$  — фактическое значение конкретной статьи бюджета.

Оценив каждую статью бюджета, мы можем вычислить среднее значение эффективности планирования всего бюджета, то есть всего процесса бюджетного планирования:

$$\mathcal{E}_{\text{БП}} = \frac{\sum \mathcal{E}_{\text{СБ}}}{K_{\text{СБ}}} \quad (3)$$

$\mathcal{E}_{\text{БП}}$  — эффективность бюджетного планирования;

$\mathcal{E}_{\text{СБ}}$  — эффективность конкретной статьи бюджета;

$K_{\text{СБ}}$  — количество статей бюджета.

Подведём итоги. Во-первых, основой бюджетного планирования является бюджет. Выбор количества и видов бюджетов есть выбор модели бюджетного планирования.

Во-вторых, каждая модель планирования в своем роде уникальна, ведь её разработка ведётся для каждой компании в зависимости от финансово-хозяйственной деятельности, которую она осуществляет.

В-третьих, эффективность модель бюджетного планирования может быть оценена несколькими способами: процент соответствия плана и факта, отношение результата бюджетного планирования на затраты по созданию бюджета. ■

---

1. Бюджетное планирование [Электронный ресурс] // Планирование на предприятии - URL: [https://studme.org/17700712/finansy/byudzhetoie\\_planirovanie#:~:text=Бюджетное%20планирование%20-%20это%20процесс%20составления,его%20структу](https://studme.org/17700712/finansy/byudzhetoie_planirovanie#:~:text=Бюджетное%20планирование%20-%20это%20процесс%20составления,его%20структу)

рным%20единицам%2С%20видам%20бизнеса.&tex  
t=Для%20расчетов%20бюджетов%20по%20структу  
рным,в%20основе%20лежит%20балансовый%20ме  
тод. (Дата обращения: 27.03.2021)

2. Аткинсон Э.А., Банкер Р.Д., Каплан Р.С., Янг М.С. Управленческий учёт. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. — С. 654. — 874 с. — ISBN 5-8459-0635-0. — ISBN 978-0-13-010195-2.

3. Файоль А., Эмерсон Г., Тейлор Ф., Форд Г. Управление — это наука и искусство. — М.: Республика, 1992. — С.171.

4. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы. — М.: Финансы и статистика, 1998. — С.102.

5. Аткинсон Э.А., Банкер Р.Д., Каплан Р.С., Янг М.С. Управленческий учёт. — 3-е издание. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. — С. 658—659. — 874 с. — ISBN 5-8459-0635-0.

6. Дементенко М.А. Оценка эффективности финансового планирования на предприятиях [Электронный ресурс] - URL: <https://naukovedenie.ru/PDF/50EVN217.pdf> (Дата обращения: 28.03.2021)

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы. — М.: Финансы и статистика, 1998. — С.102.

Аткинсон Э.А., Банкер Р.Д., Каплан Р.С., Янг М.С. Управленческий учёт. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. — С. 654. — 874 с. — ISBN 5-8459-0635-0. — ISBN 978-0-13-010195-2.

Аткинсон Э.А., Банкер Р.Д., Каплан Р.С., Янг М.С. Управленческий учёт. — 3-е издание. — М.:

Издательский дом «Вильямс», 2005. — С. 658—659. — 874 с. — ISBN 5-8459-0635-0.

Бюджетное планирование [Электронный ресурс] // Планирование на предприятии - URL: [https://studme.org/17700712/finansy/byudzhethnoe\\_planirovanie#:~:text=Бюджетное%20планирование%20-%20это%20процесс%20составления,его%20структурным,в%20основе%20лежит%20балансовый%20ме](https://studme.org/17700712/finansy/byudzhethnoe_planirovanie#:~:text=Бюджетное%20планирование%20-%20это%20процесс%20составления,его%20структурным%20единицам%2С%20видам%20бизнеса.&tex) тод. (Дата обращения: 27.03.2021)

Дементенко М.А. Оценка эффективности финансового планирования на предприятиях [Электронный ресурс] - URL: <https://naukovedenie.ru/PDF/50EVN217.pdf> (Дата обращения: 28.03.2021)

Файоль А., Эмерсон Г., Тейлор Ф., Форд Г. Управление — это наука и искусство. — М.: Республика, 1992. — С.171.

#### Analysis of financing of state target programs at the regional level on the example of the Irkutsk region

© Sidorenko R., 2021

The article discusses the basics of budget planning, organization, the choice of a budget planning model, and also discusses the main ways to assess the effectiveness of a budget planning model.

*Keywords* budget planning, budget planning model, assessment of the effectiveness of budget planning

УДК 334.01

## МОДЕЛИРОВАНИЕ ОТКЛИКОВ РЫНКА ПРОДАЖ С ФАКТОРОМ СЛУЧАЙНОСТИ ДЛЯ ДЕЛОВОЙ ИГРЫ

© Сольский Б. В., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Всероссийский молодежный кубок «Управляй» представляет собой экономический симулятор, который дает возможность разработать и апробировать различные игровые стратегии. Всероссийский молодежный «Кубок Управляй» представляет интерес для участия в нем хотя бы потому, что участники финальных игр кубка попадают в поле зрения российской системы создания кадрового резерва управленцев. С этой точки зрения привлекательной представляется идея популяризации конкурса и подготовки студентов к участию в нём.

*Ключевые слова:* моделирование процессов, планирование производства

**Н**а САФ ИГУ мы разработали и внедрили в учебный процесс деловую игру «Мини управляй» (учебный аналог «Кубок Управляй»).

Это командная деловая игра, в ходе которой отрабатываются навыки использования экономико-математических моделей планирования производства, а также навыки принятия решений при работе на конкурентном рынке продаж.

Участниками игры являются:

Несколько «Фирм», которые виртуально производят одинаковую продукцию трех видов и пытаются продать её на общем рынке продаж. Для игры важно, чтобы Фирм было не менее 4. За каждую Фирму играет команда студентов 3–4 человека.

Организатор — команда из 3–4 человека, которая протоколирует игру, выполняет контрольные функции и следит за исполнением регламента.

Суть игры «Мини управляй» заключается в следующем. Есть несколько фирм, которые могут производить продукцию 3 наименований. Продукция не подлежит долгому хранению. Это значит, что если она не будет продана, то будет уничтожена. Для фирмы — это убыток. Прообразом такого производства может быть производство тортов и других продуктов питания, не подлежащих длительному хранению.

Спрос на продукцию эластичен по цене ( $el=1.20 \dots 1.25$ ).

Производство продукции двухстадийное: заготовка полуфабрикатов и сборка готового изделия. При производстве полуфабрикатов используется один для всех изделий материал.

В начале игры фирмам выделяется одинаковое количество ресурсов: 3 станка для производства полуфабрикатов, 12 рабочих-станочников и 10 рабочих-сборщиков. В ходе игры фирма может докупать станки и нанимать дополнительных сборщиков.

В качестве исходных данных фиксируются некоторые технологические параметры производства (штучное время на заготовке и сборке, фонд времени работы станков и сборщиков, входимость потребляемого материала в полуфабрикаты). Также задаются некоторые экономические параметры: часовая ставка оплаты труда рабочих, норма амортизации оборудования, цены на исходный материал, начальные деньги на расчётном счете и другие.

Игровой период — год. Он разделен на 4 обособленных квартала. И соответственно игра разбита на 4 сезона. Перед началом каждого сезона (квартала) Фирма принимает решение «сколько какого вида продукции произвести и по какой цене попытаться продать». Для сокращения трудоемкости экономических расчетов каждой команде выдается модель планирования производства. Это оптимизационная модель, реализованная на EXCEL. Принятие решений заключается в проведении ряда экспериментов на модели, сравнении результатов и выборе.

Выбор кажется достаточно простым. Сколько выпустить и по какой цене продать. Но результаты могут быть очень разными. От прибыли до убытков.

Задача каждой команды — заработать за 4 игровых сезона большую, чем у конкурентов, прибыль.

Самым важным условием игры является ограниченная ёмкость рынка продаж. Команды это знают, как представляют и примерную емкость рынка. Команды могут конкурировать друг с другом понижая цены, но маржинальность продукции не очень высокая, поэтому работать на нижнем пределе цены фирме не выгодно. Также может быть не выгодным производство слишком большого объема продукции, поскольку если продукция не продается, убытки могут быть фатальными для фирмы.

Наверное, можно построить стратегию игры на основе «равновесия по Нэшу». Но для этого фирмы должны договориться и поделить рынок. Но мы это предусмотрели и ввели фактор случайного распределения спроса, который вряд ли даст фирмам получить равную прибыль. А это значит, что корпоративный сговор не состоится.

В данной статье мы опишем модель продаж продукции на рынке, в которой реализован фактор случайности выбора покупателем поставщика.

Обозначим:

$i$  — индекс поставщика. Только для упрощения описания модели примем, что у нас всего 3 поставщика ( $i = 1, 2, 3$ );

$j$  — индекс изделия ( $j = 1, 2, 3$ );

$I(i, 1), I(i, 2), I(i, 3)$  — количество изделий, которое  $i$ -ый поставщик (фирма) хочет продать на рынке;

$\Pi(i, 1), \Pi(i, 2), \Pi(i, 3)$  — цены продаж на изделия, которые заявил  $i$ -ый поставщик (фирма);

$PI(1), PI(2), PI(3)$  — емкость (спрос) рынка по каждому изделию;

$BC(1), BC(2), BC(3)$  — базовые (сложившиеся) цены;

$EI(1), EI(2), EI(3)$  — коэффициенты эластичности спроса по цене для каждого изделия.

Требуется распределить спрос рынка между поставщиками.

Другими словами, требуется найти  $X(i, 1), X(i, 2), X(i, 3)$ .

При этом необходимо соблюдать правило: «если поставщики вышли с одинаковыми ценами, то спрос должен распределиться примерно одинаково».

Мы разработали алгоритмическую модель распределения спроса, которая реализуется много итерационной процедурой следующего содержания.

Шаг 0. Формируются матрицы предложений и цен производителей.

|          |          |          |
|----------|----------|----------|
| $I(1,1)$ | $I(1,2)$ | $I(1,3)$ |
| $I(2,1)$ | $I(2,2)$ | $I(2,3)$ |
| $I(3,1)$ | $I(3,2)$ | $I(3,3)$ |

|            |            |            |
|------------|------------|------------|
| $\Pi(1,1)$ | $\Pi(1,2)$ | $\Pi(1,3)$ |
| $\Pi(2,1)$ | $\Pi(2,2)$ | $\Pi(2,3)$ |
| $\Pi(3,1)$ | $\Pi(3,2)$ | $\Pi(3,3)$ |

Шаг 1. Вычисляется средняя цена поставщиков по каждому  $j$ -ому изделию:

$СЦ(j) = \text{суммпроизв}( I(1,j), I(2,j), I(3,j); \Pi(1,j), \Pi(2,j), \Pi(3,j) ) / \text{сумм}( I(1,j), I(2,j), I(3,j) )$ .

Шаг 2. На основе средней цены и коэффициента эластичности спроса по цене корректируется базовый спрос (емкость рынка):

$PI(j) = PI(j) * (1 + EI(j) * (BC(j) - СЦ(j)) / BC(j))$ .

Шаг 3. Выполняется цикл «для каждого изделия» :  $j = 1, 2, 3$

Шаг 3.1. Для каждого поставщика  $i$  определяется «индекс покупательной

привлекательности его цены». Для этого сначала находится минимальная цена поставщиков и отклонения от неё:

$$МЦ = \text{МИН} ( Ц(1,j), Ц(2,j), Ц(3,j) )$$

$$\text{Откл}(1)=МЦ -Ц(1,j), \quad \text{Откл}(2)=МЦ - Ц(2,j),$$

$$\text{Откл}(3)=МЦ - Ц(3,j)$$

Шаг 3.2. Отклонения от минимальной цены нормируются минимальной ценой:

$$К(1) = 1 - \text{Откл}(1)/МЦ, \quad К(2) = 1 - \text{Откл}(2)/МЦ,$$

$$К(3) = 1 - \text{Откл}(3)/МЦ$$

Например, коэффициенты  $K(i)$  получатся 0,8 1 0,95

Это и есть индексы покупательной привлекательности. Максимальный индекс — у минимальной цены.

Определяется веса индексов покупательной привлекательности ( 0,29 0,36 0,35 ) и они «накладываются» на интервал 0 ... 1:

$$(0 \dots 0,29) \quad (0,29 \dots 0,65) \quad (0,65 \dots 1,0)$$

Шаг 3.3. Имитируется приход покупателя и его выбор. Выбор покупателя — это сгенерированное случайное число в интервале 0 ... 1. В зависимости от того, в какой интервал попадет выбор покупателя, того поставщика он и изберет. Шансов быть избранным больше в того поставщика, цена у которого меньше (а индекс привлекательности больше).

Генератор доходов покупателей работает о тех пор, пока не будут исчерпаны либо ёмкость рынка, либо предложения поставщиков ( что меньше).

Шаг 4. Эксперимент с шага 3 повторяется несколько раз.  $X(i,j)$  формируется как среднеарифметическое по испытаниям.

В таблицах ниже приведен реальный протокол одного сезона игры.

Таблица 1. Параметры спроса рынка

|               |      |      |      |
|---------------|------|------|------|
| Базовые цены  | 300  | 400  | 550  |
| Эластичность  | 1,2  | 1,3  | 1,25 |
| Базовый спрос | 2200 | 1800 | 800  |
| Новый спрос   | 2376 | 1929 | 827  |

Таблица 2. Предложения игроков по продажам и ценам продаж

|                         | И1   | И2   | И3  | Цены |     |     |
|-------------------------|------|------|-----|------|-----|-----|
| Фирма 1                 | 800  | 700  | 250 | 280  | 370 | 554 |
| Фирма 2                 | 800  | 500  | 250 | 280  | 385 | 555 |
| Фирма 3                 | 800  | 700  | 400 | 280  | 380 | 510 |
| ИТОГИ Сумма или средние | 2400 | 1900 | 900 | 280  | 378 | 535 |

Таблица 3. Индекс привлекательности цен и итоги распределения спроса

| Индексы привлекательности цен |      |      |      | Индексы привлекательности цен на интервале 0..1 |      |      | Спрос рынка |       |     |
|-------------------------------|------|------|------|---|------|------|-------------|-------|-----|
|                               |      |      |      |   |      |      | 2 376       | 1 929 | 827 |
|                               | И1   | И2   | И3   |   |      |      | Xi1         | Xi2   | Xi3 |
| Фирма 1                       | 1,00 | 1,00 | 0,91 | 0,33  | 0,34 | 0,32 | 800         | 700   | 250 |
| Фирма 2                       | 1,00 | 0,96 | 0,91 | 0,33  | 0,33 | 0,32 | 793         | 500   | 250 |
| Фирма 3                       | 1,00 | 0,97 | 1,00 | 0,33  | 0,33 | 0,35 | 782         | 700   | 327 |
| Сколько продано:              |      |      |      |   |      |      | 2 375       | 1 900 | 827 |

## Modeling sales responses with randomness for a business game

© Solskii B., 2021

The All-Russian Youth Cup «Manage» is an economic simulator that makes it possible to develop and test various game strategies. The All-Russian youth «Go Cup» is of interest to participate in it, if only because the participants of the final games of the cup come to the attention of the Russian system of creating a personnel reserve of managers. From this point of view, the idea of popularizing the competition and preparing students for participation in it seems attractive.

УДК 339.138

## ТЕХНИКИ ПОИСКОВОЙ ОПТИМИЗАЦИИ (SEO) ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ВИДИМОСТИ ВЕБ-САЙТА В ПОИСКОВЫХ СИСТЕМАХ

© Тапхарова О. А., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье рассматриваются основные шаги в SEO продвижении веб-сайта. Поисковая оптимизация, или SEO, невероятно важна для маркетологов. Оптимизация веб-страниц сайта делает сайт более заметным для людей, которые вводят ключевые слова, связанные с определенным продуктом или услугой, через поисковые системы, такие как Google. Помимо этого, SEO — это также ценный инструмент для повышения осведомленности о бренде, построения отношений с потенциальными клиентами и позиционирования себя как авторитетного и заслуживающего доверия эксперта в своей области

*Ключевые слова:* маркетинг, интернет-маркетинг, поисковая оптимизация сайта, SEO продвижение

**П**ервым ключевым параметром в SEO является использование ключевых слов, которые помогают потенциальным клиентам найти наиболее подходящую веб-страницу.

Оптимизация текста страницы веб-сайта по ключевым словам — это не включение в текст как можно большего количества ключевых слов. В настоящее время данная процедура на самом деле вредит SEO [1], поскольку поисковые системы сейчас учитывают наполнение ключевыми словами и чем их больше, тем «размытее» система видит страницу.

Перегруженность ключевыми словами также не способствует хорошему восприятию читателя [2] — фактор ранжирования, согласно которому поисковые системы теперь уделяют приоритетное внимание, чтобы гарантировать, что сайт отвечает на запросы своих посетителей. Следовательно, ключевые слова должны использоваться так, чтобы они не казались неестественными.

Хорошее практическое правило — сосредотачиваться на одном или двух длинных ключевых словах в тексте. Несмотря на то, что допускается использование более одного ключевого слова в одном тексте, необходимо держать фокус достаточно узким, чтобы можно было потратить время на оптимизацию всего одного или двух ключевых слов. Более длинные, часто основанные на вопросах ключевые слова, позволяют сосредоточить текст на конкретных целях аудитории [3]. Например, длинное ключевое слово «как написать сообщение в блоге» гораздо более эффективно с точки зрения SEO, чем короткое ключевое слово «сообщение в блоге».

Посетители веб-сайта, выполняющие поиск по ключевым словам с «длинным хвостом», с большей вероятностью прочитают всю публикацию, а затем будут искать на странице дополнительную информацию [3]. Другими словами, они помогут компании верно создать тип трафика — посетители, совершившие конверсию.

Теперь, когда одно или два ключевых слова подобраны, их необходимо разместить на странице. Есть четыре основных места, где размещение ключевых слов принесет наилучшие результаты: тег заголовка, заголовки и тело, URL-адрес и мета-описание [4].

Заголовок текста на странице будет первым шагом поисковой системы и читателя в определении релевантности контента. Google называет это «тегом заголовка» в результатах поиска [5]. Ключевая фраза должна помещаться в первые 60 символов заголовка, и именно здесь Google обрезает заголовки в поисковой выдаче. Технически Google измеряет ширину в пикселях, а не по количеству символов, и недавно увеличил ширину в пикселях [6] обычных результатов поиска примерно с 500 пикселей до 600 пикселей, что соответствует примерно 60 символам.

Если есть необходимость использовать длинный заголовок, рекомендуется поместить ключевое слово в начало, поскольку оно может быть отключено в результатах поиска в конце, что может сказаться на воспринимаемой релевантности вашего сообщения.

Упоминание ключевого слова с нормальной частотой в теле текста и в заголовках означает включение ключевых слов в текст, но только естественным, удобным для читателя способом. В данном случае необходимо знать меру и не переусердствовать, рискуя быть наказанным за чрезмерное количество ключевых слов. При создании контента, основное внимание должно быть сосредоточено на том, что важно для целевой аудитории, а не на том, сколько раз можно включать ключевое слово или ключевую фразу в этот контент. Если сосредоточиться на том, чтобы быть полезным и ответить на любой вопрос, который клиент мог бы задать, ссылаясь на контакты компании, то можно обнаружить, что страница естественным образом оптимизирована по важным ключевым словам.

Поисковые системы также обращаются к URL-адресу [7], чтобы выяснить, о чем повествуется в

тексте, и это одно из первых, что они сканируют на странице. Для этого, необходимо оптимизировать URL-адреса для каждой странице сайта, поскольку каждое сообщение живет на своем уникальном URL-адресе.

Еще одно немаловажное место размещения ключевых слов — это мета-описание [8]. Оно предназначено для предоставления поисковым системам и читателям информации о содержании текста на странице. Это означает, что необходимо использовать свою ключевую фразу, чтобы Google и целевая аудитория четко понимали содержание сообщения. В то же время следует помнить, что текст имеет большое значение для рейтинга кликов, потому что он удовлетворяет намерения определенных читателей — чем интереснее, тем лучше.

Еще одним немаловажным параметром в поисковой оптимизации сайтов является адаптация сайта для мобильных устройств (адаптивный дизайн) [9]. Известный факт, что большее количество людей используют поисковую систему со своих мобильных телефонов, чем с персональных компьютеров [9]. И для всех этих ценных поисковых запросов, выполняемых на мобильных устройствах, Google сначала отображает результаты, удобные для мобильных устройств. Это еще один пример того, как Google сильно отдает предпочтение веб-сайтам, оптимизированным для мобильных устройств, и это верно с тех пор, как компания обновила свой алгоритм Penguin в апреле 2015 года [10].

Для того, чтобы сделать сайт удобным для мобильных устройств, в первую очередь необходим адаптивный дизайн. Веб-сайты, реагирующие на мобильные устройства, позволяют страницам сайта иметь только один URL вместо двух — один для настольного компьютера и один для мобильного устройства соответственно. Это помогает оптимизировать сайт под поисковые машины, так как любые входящие ссылки, которые возвращаются на сайт, не будут разделены между отдельными URL-адресами. В результате централизуются возможности SEO, которые можно получить от этих ссылок, помогая Google более легко распознавать ценность текста и соответствующим образом оценивать его. Важно учитывать, что ценность поисковых систем постоянно меняется и за изменениями необходимо следить.

Следующим шагом к успешному SEO является оптимизация мета-описания. Мета-описание — это дополнительный текст, появляющийся в поисковой выдаче, который позволяет читателям узнать, о чем идет речь [11]. Мета-описание дает поисковику информацию, необходимую им, чтобы определить, соответствует ли контент тому, что они ищут и в конечном итоге помогает им решить, будут они нажимать кнопку или нет.

Максимальная длина мета-описания составляет теперь около 300 символов [11], что позволяет предположить, что можно дать читателям больше

информации по каждому результату. Таким образом, помимо удобства для читателя, мета-описание должно включать ключевое слово с длинным хвостом, по которому страница будет ранжироваться.

Использование входящих ссылок также может помочь в оптимизации страницы для поисковых систем [12]. Входящие ссылки на контент помогают показать поисковым системам достоверность или релевантность содержимого страницы сайта. То же самое касается внутренних ссылок на другие страницы сайта. Если в тексте написано о теме, уже упомянутой на сайте, электронной книге или веб-странице, рекомендуется ссылаться на эту страницу. Внутренние ссылки не только помогают удерживать посетителей на веб-сайте, но и выявляют другие важные вопросы и авторитетные страницы для поисковых систем.

Пользование поисковой консолью Google также важно для оптимизации сайта. Search Console от Google является бесплатным инструментом для контроля над поисковой оптимизацией. Она содержит раздел, называемый отчетом Search Analytics [13]. Этот отчет помогает анализировать клики из поиска Google — полезно определять, по каким ключевым словам люди находят содержание сайта.

Помимо вышеперечисленного, еще одним способом SEO оптимизации является опубликование «вечнозеленого контента» [14]. Это означает, что контент посвящен темам, которые обязательно останутся актуальными и ценными в течение длительного периода времени (с небольшими изменениями или обновлениями). Есть несколько причин, почему вечнозеленый контент так важен: во-первых, это поможет странице ранжироваться с течением времени, а не только в ближайшем будущем; во-вторых, это способствует постоянному притоку трафика на веб-сайт спустя долгое время после даты публикации; в-третьих, это поможет компании с течением времени генерировать потенциальных клиентов в результате непрерывно генерируемого трафика [15].

По мере того, как сайт растет, должны расти и цели в поисковых системах. Определив цели и намерения своих идеальных читателей, вы будете на правильном пути к органической доставке контента, который всегда будет для них актуален. ■

---

1. Есипов В. Восемь рекомендаций о ключевых словах для SEO: что нужно знать про них владельцу бизнеса для сайта [Электронный ресурс] / В. Есипов // Платформа для предпринимателей и высококвалифицированных специалистов малых, средних и крупных компаний «vc.ru» - URL: <https://vc.ru/seo/63375-vosem-rekomendaciy-o-klyuchevyh-slovaх-dlya-seo-chto-nuzhno-znat-pro-nih-vladelcu-biznesa-ili-sayta>

2. Ситников А. SEO оптимизация текста сайта – как правильно оптимизировать SEO тексты сайтов [Электронный ресурс] / А. Ситников // URL: <https://site->

ok.ua/blog/seo-оптимизация-текста-для-google-как-оптимизировать-текст

3. Riserbato, R. 2019. 6 Ways to Use Long Tail Marketing in Your Content Strategy. Retrieved from <https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/4723/6-ways-to-leverage-the-long-tail-in-your-marketing.aspx>

4. Lin, M. 2014. SEO tutorial: Keyword research and placement. Retrieved from <http://www.mulinblog.com/seo-tutorial-keyword-research-placement/>

5. Google 2021. Как создавать информативные заголовки и описания страниц для результатов поиска Google [Электронный ресурс] // URL: <https://developers.google.com/search/docs/advanced/appearance/good-titles-snippets>

6. Kolowich, L. 2017. The Ideal Length for Instagram, Facebook, Twitter, & LinkedIn Posts. Retrieved from <https://blog.hubspot.com/marketing/character-count-guide#Blog>

7. Montti, R. 2021. The Ultimate Guide for an SEO-Friendly URL Structure. Retrieved from <https://www.searchenginejournal.com/technical-seo/url-structure/#close>

8. Begley, S. 2020. Simple guide to website keyword placement. Retrieved from: <https://www.vapromag.co.uk/simple-guide-to-website-keyword-placement/>

9. King, M. 2019. The future is mobile SEO: can you adapt? Retrieved from: <https://alkries.com/mobile-seo-is-the-future-heres-how-you-can-adapt-to-it/>

10. Google 2016. Penguin is now part of our core algorithm. Retrieved from: <https://developers.google.com/search/blog/2016/09/penguin-is-now-part-of-our-core>

11. Ratcliff, C. 2016. How to write meta descriptions for SEO (with good and bad examples). Retrieved from: <https://www.searchenginewatch.com/2016/05/26/how-to-write-meta-descriptions-for-seo-with-good-and-bad-examples/>

12. Arriola, B. 2021. Why links are important for SEO. Retrieved from: <https://www.searchenginejournal.com/seo-101/why-links-important-seo/>

13. Pecanek, M. 2020. How to Use Google Analytics to Improve SEO Performance. Retrieved from: <https://ahrefs.com/blog/google-analytics-for-seo/>

14. Kosaka, K. 2021. How to Make Evergreen Content That Boosts Your SEO Success. Retrieved from: <https://blog.alexa.com/make-evergreen-content-boosts-seo-success/>

15. Banks, E. 2019. The Importance of Evergreen Content In Your Content Marketing Strategy. Retrieved from: <https://www.amasf.org/blog/why-creating-evergreen-content-should-be-part-of-your-content-marketing-strategy/>

#### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:**

Arriola, B. 2021. Why links are important for SEO. Retrieved from: <https://www.searchenginejournal.com/seo-101/why-links-important-seo/>

Banks, E. 2019. The Importance of Evergreen Content In Your Content Marketing Strategy. Retrieved from: <https://www.amasf.org/blog/why-creating-evergreen-content-should-be-part-of-your-content-marketing-strategy/>

Begley, S. 2020. Simple guide to website keyword placement. Retrieved from:

<https://www.vapromag.co.uk/simple-guide-to-website-keyword-placement/>

Google 2016. Penguin is now part of our core algorithm. Retrieved from: <https://developers.google.com/search/blog/2016/09/penguin-is-now-part-of-our-core>

Google 2021. Как создавать информативные заголовки и описания страниц для результатов поиска Google [Электронный ресурс] // URL: <https://developers.google.com/search/docs/advanced/appearance/good-titles-snippets>

King, M. 2019. The future is mobile SEO: can you adapt? Retrieved from: <https://alkries.com/mobile-seo-is-the-future-heres-how-you-can-adapt-to-it/>

Kolowich, L. 2017. The Ideal Length for Instagram, Facebook, Twitter, & LinkedIn Posts. Retrieved from <https://blog.hubspot.com/marketing/character-count-guide#Blog>

Kosaka, K. 2021. How to Make Evergreen Content That Boosts Your SEO Success. Retrieved from: <https://blog.alexa.com/make-evergreen-content-boosts-seo-success/>

Lin, M. 2014. SEO tutorial: Keyword research and placement. Retrieved from <http://www.mulinblog.com/seo-tutorial-keyword-research-placement/>

Montti, R. 2021. The Ultimate Guide for an SEO-Friendly URL Structure. Retrieved from <https://www.searchenginejournal.com/technical-seo/url-structure/#close>

Pecanek, M. 2020. How to Use Google Analytics to Improve SEO Performance. Retrieved from: <https://ahrefs.com/blog/google-analytics-for-seo/>

Ratcliff, C. 2016. How to write meta descriptions for SEO (with good and bad examples). Retrieved from: <https://www.searchenginewatch.com/2016/05/26/how-to-write-meta-descriptions-for-seo-with-good-and-bad-examples/>

Riserbato, R. 2019. 6 Ways to Use Long Tail Marketing in Your Content Strategy. Retrieved from <https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/4723/6-ways-to-leverage-the-long-tail-in-your-marketing.aspx>

Есипов В. Восемь рекомендаций о ключевых словах для SEO: что нужно знать про них владельцу бизнеса или сайта [Электронный ресурс] / В. Есипов // Платформа для предпринимателей и высококвалифицированных специалистов малых, средних и крупных компаний «vc.ru» - URL: <https://vc.ru/seo/63375-vosem-rekomendaciy-o-klyuchevyh-slovah-dlya-seo-chto-nuzhno-znat-pro-nih-vladelcu-biznesa-ili-sayta>

Ситников А. SEO оптимизация текста сайта – как правильно оптимизировать SEO тексты сайтов [Электронный ресурс] / А. Ситников // URL: <https://site-ok.ua/blog/seo-оптимизация-текста-для-google-как-оптимизировать-текст>



## Search engine optimization (SEO) techniques to increase the visibility of the website in search engines

© **Тархарова, О., 2021**

This article covers the basic steps in SEO website promotion. Search engine optimization, or SEO, is incredibly important to marketers. Optimizing a site's web pages makes

the site more visible to people who enter keywords related to a specific product or service through search engines such as Google. Apart from this, SEO is also a valuable tool for building brand awareness, building relationships with potential customers, and positioning yourself as a reputable and trustworthy expert in your field.

*Keywords:* marketing, internet marketing, search engine optimization, SEO promotion

---

УДК 69.003.13

## ВЛИЯНИЕ ЦЕНЫ СТРОЙМАТЕРИАЛОВ НА СЕБЕСТОИМОСТЬ СТРОИТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

© **Филатов К. В., 2021**

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье рассматриваются основные причины роста цен на строительные материалы, их влияние на себестоимость строительства и цену за квадратный метр жилья.

*Ключевые слова:* рост цен, стройматериалы, строительство, себестоимость

**В** настоящее время проблема цен на жилье стоит достаточно остро, не смотря на льготные ипотеки (под 6,5 процентов годовых), просторные квартиры в хороших районах по-прежнему являются непозволительной роскошью для большинства граждан.

Есть ряд причин, который способствует росту цен за квадратный метр жилой площади. Большую долю влияния оказывает рост цен на строительные материалы. Резкий рост цен на строительные материалы — одна их основных причин при расчёте сметной стоимости строительства, так как большинство проектов имеет длительный срок реализации (от 1 года). Существующая система ценообразования не в силах учесть такие рыночные колебания. Для того, чтобы спрогнозировать дальнейшую динамику цен, необходимо разобрать причины повышения стоимости на стройматериалы.

Большую долю материалов, задействованных в строительстве, занимают металлические изделия, поэтому рост цен на эти изделия повлиял

максимальным образом. Причин для роста цен было несколько. Во-первых, сильно подорожала стоимость грузоперевозок, основной поток грузоперевозок осуществляется по маршруту Китай — Америка, обратного направления не предусмотрено и в связи с резким ростом спроса на товары из Китая, возник дефицит контейнеров, что таким образом спровоцировало рост цен. Во-вторых, причиной роста цен стал дефицит самого металла на рынке. Производство не могло работать в полную силу из-за введенных мер по борьбе с пандемией. Контракты исполнялись строительными компаниями, а спрос на изделия по-прежнему сохранялся, производство не справлялось, соответственно возник дефицит металла, цена начала расти. Отечественным производителям стало выгоднее продавать товар за границу, тем самым провоцируя рост цен на внутреннем рынке.

Динамика роста цен на металлические изделия за последние 5 лет представлена на рисунке:

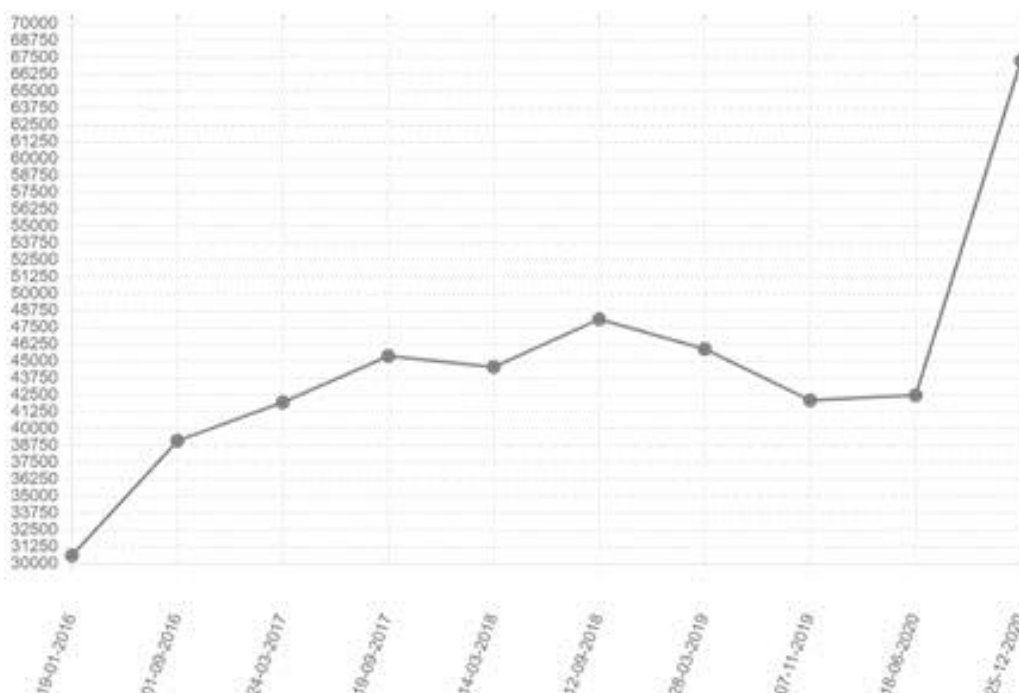


Рис. 1. Динамика роста цен на металлические изделия за последние 5 лет

На рисунке видно, что резкий скачок цен пришелся на последний квартал 2020 года.

Помимо роста цен на металл, также резко выросли цены на кабельную продукцию. Вопрос электроснабжения также немаловажен в строительстве, поэтому рост цен на данную продукцию также оказывает существенное влияние, данная позиция незаменима. Повышение стоимости также фиксируется на керамические изделия, плитку, фаянс. Кроме того, подорожание цемента значительно сказалось на общей себестоимости строительства, так как конечный продукт — бетон, используется при заливке фундамента и арматуры.

Резкий рост цен ставит под вопрос исполнение государственных контрактов, так как цена в данных контрактах твердая и не подлежит изменению, реализацию новых проектов за счёт бюджетной системы, строительство жилья под расселение и для обеспечения категорий отдельных граждан.

Следует отметить, что значительный процент жилья (около 60 %) строится с применением эскроу-счетов. Для того, чтобы получить одобрение банка на строительство, защитить проект перед банком и, как следствие, получить кредит, минимальная рентабельность должна составлять 12–15 %.

Также следует добавить, что основные контракты, заключаемые в строительстве — договоры долевого участия (ДДУ), муниципальные контракты, прочие договоры, заключаются на длительный срок, поэтому при небольшом повышении цен строители вынуждены закладывать прогноз на повышение цен в дальнейшем, следовательно, в стоимость строительства закладывается двойное, а иногда и тройное повышение цен.

Подводя итог вышесказанному, сформулируем основные выводы:

Одной из основных причин роста себестоимости строительства является рост цен на металлопрокат. Значительный рост пришелся на 4 квартал 2020 года, одной из причин стал резкий дефицит на изделия из металла.

Резкий рост цен ставит под вопрос исполнение государственных и муниципальных контрактов, Исполнители также рискуют потерей выручки от выполнения данных контрактов.

Все строительные контракты заключаются на длительный срок, поэтому строителями предусматривается прогноз роста цен на материалы в двойном, а иногда в тройном размере. ■

1. Плотников А. Н. Экономика строительства: Учебное пособие / А. Н. Плотников. Саратов, гос. тех. ун-т. Саратов, 2014 – 227 с.

2. Капитальное строительство [Электронный ресурс] — Режим доступа: URL: <https://utmagazine.ru/posts/9646-kapitalnoe-stroitelstvo> (15.03.2021)

3. Динамика цен на рынке металла [Электронный ресурс] — URL: <https://www.metainfo.ru/ru/metalmarket/statistics?type=2&startDate=01-01-2016&endDate=01-01-2021>. (19.03.2021)

4. Стальной удар. Как рост цен на металл отразится на рынке недвижимости [Электронный ресурс] — Режим доступа: URL: <https://kaliningrad.rbc.ru/kaliningrad/21/01/2021/60096f429a7947057bf4954f> (18.03.2021)

5. Путин потребовал реагировать на необоснованный рост цен на жилье [Электронный ресурс] — Режим доступа: URL: <https://www.rbc.ru/society/23/12/2020/5fe32d809a79477822d3d85e> (19.03.2021)

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Динамика цен на рынке металла [Электронный ресурс] — URL: <https://www.metalinfo.ru/ru/metalmarket/statistics?style=2&startDate=01-01-2016&endDate=01-01-2021>. (19.03.2021)

Капитальное строительство [Электронный ресурс] — Режим доступа: URL: <https://utmagazine.ru/posts/9646-kapitalnoe-stroitelstvo> (15.03.2021)

Плотников А. Н. Экономика строительства: Учебное пособие / А. Н. Плотников. Саратов. гос. тех. ун-т. Саратов, 2014 – 227 с.

Путин потребовал реагировать на необоснованный рост цен на жилье [Электронный ресурс] — Режим доступа: URL: <https://www.rbc.ru/society/23/12/2020/5fe32d809a79477822d3d85e> (19.03.2021)

Стальной удар. Как рост цен на металл отразится на рынке недвижимости [Электронный ресурс] — Режим доступа: URL: <https://kaliningrad.rbc.ru/kaliningrad/21/01/2021/60096f429a7947057bf4954f> (18.03.2021)

## Influence of the building materials' price on the construction self-cost in modern conditions

© **Filatov K., 2021**

The article examines the main reasons for the rise in prices for building materials, their impact on the cost of construction and the price per square meter of housing.

*Keywords:* price rises, building materials, construction, self-cost

УДК 330.342.44

## SUSTAINABILITY OF URBAN TRANSPORTATION: KEY COMPONENTS

© **Khaykhadaeva O.D., 2021**

Buryat State University, Ulan-Ude

Developing sustainable transportation systems is very important for urban areas. The urban population in developing countries is close to 50 % of total population, in developed countries already 75 % of population lives in cities. In such situation, designing sustainable transportation system is one of the most pressing issues faced by contemporary cities. Rapid growth of sprawling, low density suburbs, where commuters rely mostly on car use, are of particular interest. Vehicle emissions, congestion, auto dependency reduce quality of life in urban areas. What types of urban forms are more sustainable, defined by land use and transportation systems, is the issue which has been discussed for quite long time. Definitely, some urban forms are more «efficient» in terms of car use (measured in vehicle-km travelled, VKT), energy use, air emissions, land use, travel cost. This paper is devoted to analyzing key components of sustainable urban transportation system.

*Keywords:* sustainability, transportation system, urban, car use

Developing sustainable transportation systems is very important for urban areas. The urban population in developing countries is close to 50 % of total population, in developed countries already 75 % of population lives in cities. In such situation, designing sustainable transportation system is one of the most pressing issues faced by contemporary cities. Rapid growth of sprawling, low density suburbs, where commuters rely mostly on car use, are of particular interest.

Vehicle emissions, congestion, auto dependency reduce quality of life in urban areas.

What types of urban forms are more sustainable, defined by land use and transportation systems, is the issue which has been discussed for quite long time (Gordon and Richardson 1989, Newman and Kenworthy 1989, Anderson et al. 1996). Definitely, some urban forms are more «efficient» in terms of car use (measured in vehicle-km travelled, VKT), energy use, air emissions, land use, travel cost. This paper is devoted to analyzing key components of sustainable urban transportation system.

Studies show that with suburbanization, emissions, travel costs, energy use all increase (Miller and Ibrahim 1998, Miller et al. 2004). Contemporary tendencies of urban growth (suburban sprawl, auto dependency) are rather unsustainable. If this «business as usual» practice continues, then the results will be dysfunctional cities, decreasing quality of life, unproductive economy, loss in competitiveness.

There is a clear diagnosis of the problems of contemporary city, but it is not clear what is the prescription for how to move from unsustainable practices of contemporary urban forms towards more sustainable urban forms and transportation, given the complexity of urban systems and the fragmented nature of decision-making in many urban areas.

To define sustainability objectives, it is necessary to establish performance measures. Sustainable transportation indicators have been suggested by many authors and organizations (ex., Alberti 1996, US Environmental Protection Agency (EPA) 1999, European Environmental Agency 2001, Kenworthy and Laube 2001, Kennedy 2002). In fact, sustainability performance measures should vary from region to

region reflecting differences in geography, culture, scale. Kennedy et al. (2005) define the central attributes of performance measures as follows: accessibility, health and safety, cost effectiveness, impacts on competitiveness and generation of wealth, consumption of natural capital, production of pollutants.

Implementing the plans is another challenge. There are many barriers to the implementation of urban sustainability such as inadequate funding, wrong pricing, attitudes towards vehicle ownership, etc. (Bannister 1998). There is no doubt that establishing sustainable transportation practices requires considerable social change. In process of movement towards sustainable urban transportation, there are four critical components, namely:

- effective organizations for integrated land-use transportation and planning;
- adequate funding mechanisms;
- investments in infrastructure;
- local design.

Effective organizations for land use transportation planning

The first component, i.e. effective organizations for land use transportation planning, is a matter of governance. The transportation officer might wish to do something for sustainable transportation but she/he does not have the mandate, power or support to make decisions. The well-known problem is the division of responsibility between land-use planner and transportation authorities. There is a need for integrated land-use transportation planning.

International experience demonstrates that there are cities in the world that have been recognized as achieving integrated land-use and transportation planning. The list of such cities includes Zurich, Singapore, Curitiba, Tama Garden and cities in the Netherland.

#### Spatial Representation

A balanced representation of local interests of the whole region is very important. No doubt, local community interests can suffer because of regional interest dominance (Jacobs, 1961). On the other hand, local interests might be detrimental to the regional growth and sustainability. The promise of additional revenue from development charges or from expanding population can drive local agenda. Without adequate regional regulation, competition among local governments at the edge of cities can lead to a «race to the bottom» with development of areas that offer the lowest charges.

#### Structural Form

The structure of organization for land use and transportation can be between a hierarchy and loosely connected structure. Plusses of a hierarchical structure include a higher degree of control over personnel and processes, clear communication lines, and clearly defined responsibilities (Kerzner 2003). To implement top-down sustainability policy, hierarchical structure is almost an ideal form. In this case, all decisions are controlled under one umbrella.

On the other hand, hierarchical structure has its own weaknesses. One of such weaknesses is horizontal integration. Despite effective communication in vertical directions, communications in horizontal directions between functional groups can be not effective (Kerzner, 2003). In the case of transportation policy, the problem is complicated because of many actors with different interests are involved in the process of decision-making. The list of actors can include transportation planning departments, land use departments, environmental departments, housing departments, and other departments as well as communities and the private sector. Negotiations between all actors cannot be settled by hierarchical structure. This problem can be dealt by means of informal communication and negotiation. In this way, decision-making process is improved. This kind of interactions creates a new organizational structure which favours more effective horizontal communications and relations. These informal relationships and coalitions are often referred to as policy networks which involve many different actors. Networks are quite common in different areas of public policy.

According to Dijst and Schenkel (2002), urban governance can become more effective through such policy networks, which include political, economic and social actors. Dijst and Schenkel (2002) argue that urban policies become more effective through understanding relationships between processes in society, behavior of actors and the urban form development. Networking can be complementary to the regulatory processes in urban development.

At the same time, there are strong arguments against such loosely connected structure. One of such arguments is the fact that in a loosely connected system, nobody takes responsibility for congestion and pollution externalities. It is quite clear that to leave policy networks to form by chance is risky since these networks will deal with important public problems.

#### Democracy

The model of transportation planning can resemble the model of independent central banks. In contemporary world, many central banks have been granted independence from their national finance ministries. Conducting monetary policy in a country requires high skills and experience. And this is best done when central bank is independent (of course, some checks are necessary).

The same arguments can be made in the case of transportation and land use planning in urban areas: skilled professionals are required and excessive political interference is unnecessary.

For developing sustainable cities, public participation is very important. Move to sustainability requires a considerable shift in lifestyles, attitudes, perceptions of the community in general. Planning of sustainable transportation will be more effective when those who use the transport have knowledge on transport system. Combination of public knowledge with knowledge and experience of government actors and

transportation providers is critical in the move towards sustainability.

#### Market

Depending on market philosophy, a regional transportation organization can be anything between a large public organisation which operates transportation system to a smaller organization that contracts services to the private sector (Kennedy et al., 2005).

There are different opinions on the role of free market in transportation services. Nijkamp and Ursem argue that market solutions exist for sustainable cities, for example, private enterprises running mini-buses could be a solution to sustainable suburban transport. Mees (2000), on the other hand, argues that sustainable transport systems are run by public organizations. Such cities as Paris and Zurich have been able to understand and exploit network effects and provide high-quality services. According to Mees, it is a lack of knowledge and institutional weakness that hinders provision of effective public transportation.

Taking into account environmental problems, it is rather problematic operate transportation systems based on free market. If market solutions are employed, then strong regulations and control are necessary. Otherwise, there will be heavy pollution. Strong regulation of transportation is absolutely necessary for sustainable urban development.

#### Adequate funding mechanisms

Efficient financing is essential for cities. Financing is necessary for investment in new infrastructure or for

operation and maintenance of existing systems. According to the World Bank (2002), there are three significant complications that distort pricing and funding of urban transportation:

1. infrastructure financing is separated from infrastructure pricing;
2. responsibility for infrastructure is separated from service provision;
3. responsibility for interacting modes of transport is dispersed.

To overcome these complications, urban regions need regional transportation and land use planning organizations which are responsible for financing infrastructure and stable operations of all transport modes.

As well, funding mechanisms should be adequate, efficient, fair, stable, flexible, easy to implement (Reno and Stowers, 1996; Nakagawa and Matsunaka, 1997; Jones, 1998; Clary et al, 2001).

There are two perspectives on transportation funding. The first one is road pricing and traffic congestion. This approach is increasingly concerned with environmental emissions and congestion (Hau 1992; US Department of Transportation, 1992; Link et al, 1999; MsDonald, et al, 1999). The second is that of transportation managers and financiers within government and the private sector.

Kennedy et al. (2005) suggest the next classification of funding mechanisms

Table 1. Sources of funding for urban transportation systems

|                      | Non-vehicle related       | Vehicle related      |
|----------------------|---------------------------|----------------------|
| Non-location-related | General tax base          | Fuel taxes           |
|                      | Local transportation levy | Vehicle license fees |
|                      |                           | Vehicle use fees     |
| Location-related     | Development fees          | Emissions fees       |
|                      | Transit impact fees       | Road tolls           |
|                      | Right of way fees         | Congestion pricing   |
|                      |                           | Parking fees         |
|                      |                           | Transit user fees    |

Source: Kennedy et al. (2005)

First category includes funding mechanisms that are unrelated to vehicle use and location. Funding from the general tax base is practices in such countries as Canada, France, the UK (Nakagawa and Matsunaka, 1997). The advantage of such approach is flexibility it gives to high-level governments to implement national policies such as reduction of greenhouse gas emissions.

The second way of financing transportation systems is through fuel taxes. Such countries as Germany, Japan, and the US tie gasoline taxes to the funding of transportation infrastructure (Nakagawa and Matsunaka, 1997). However, these countries are different in flexibility of spending. Many jurisdictions in the US reserve gasoline taxes for road infrastructure. At the

same time, such revenues in Germany can also be spent on non-road infrastructure. In Canada, such cities as Calgary, Montreal, Vancouver receive part of provincial gasoline revenues for urban infrastructure funding. Development of sustainable transportation requires significant reduction of gasoline use. For this reason, gasoline taxes are not appropriate source for long-term infrastructure financing. In addition, the future of oil supplies is associated with uncertainty. Nevertheless, as a short term source of infrastructure funding, gasoline taxes are consistent with sustainable development. As for other vehicle-related, location-independent funding mechanisms, vehicle license fees are common for use.

It should be noted that raising licensing can generate additional revenue and keep auto-rideship in control as experiences of Hong Kong, Malta and Singapore demonstrate (Button, 1998). The other measure that might reduce auto travel in the long run is to impose higher sales taxes on new vehicle sales (Kennedy, et al, 2005). Some other mechanisms that are sensitive to actual vehicle use include fees based on weight, vehicle value, emissions, distance travelled.

Vehicle-related and location-related fees are desirable since they reflect the value the users put on transportation service. Among these mechanisms, there are the most common: parking fees, road tolls, transit user fees. Parking fees are commonly used, but they are usually insufficient. Tolls are used on the main highways in the US, France, and Japan.

Congestion pricing is getting now more attention. Small and Gomez-Ibanez (1998) reviewed thirteen cases of congestion pricing in different cities, starting with Singapore in 1975. Probably, the main barriers to congestion pricing schemes are implementation costs. On the other hand, London experience demonstrates that capital investment would recover within two years as well as social acceptance is holding so far.

The next category of funding mechanism is related to land values. As the value of land increases, some gains in property value might be captured and used for transportation funding.

#### Public-private partnership

Public-private partnership is well known in transportation sphere. Different forms of public-private partnerships were used in Baron Haussman in 19th-century Paris, in the development of New York and Los-Angeles in early 1900s, in the development of Stockholm in 1950s and 1960s (Hall, 1998). Majority of these partnerships involved both infrastructure and land use development. Some of these partnerships were more successful, while others less. Hall writes that the challenge has always been to «gear urban finances so that the public sector triggers private development and in turn is financed by it» (Hall, 1998, p.614).

It is unclear whether it is beneficial to finance transportation infrastructure using public-private partnership. The private sector can bring such benefits as timely completion of projects, high level of expertise, cost-effective service delivery, access to financing in the case of scarcity of public funds, development of innovative service delivery (Giglio, 1998). On the other hand, there are also some disadvantages: increase in lending rates, increase in user costs. Boardman and Vining (1989) studied 500 large industrial firms. They found that mixed private/public firms were generally less efficient and less profitable than private companies. Moreover, they performed worse than state-owned firms.

This summary has lay out some funding mechanism without giving any preference. Local regions themselves should determine what mechanisms are more preferable within their unique environment. According to the World Bank (2002), from the perspective of economic efficiency, fuel price should be

determined by its resource cost, road maintenance and congestion should be paid for by differential tolls, and emission costs should be covered by emission charges. At the same time, it should be noted that fuel taxes remain the most common mechanism due to its ease and costs of implementation. In general, if cities adopt new funding mechanisms for transportation, then careful studies should be conducted because of unclearness of wider implications of different schemes.

#### Investment in infrastructure

If governance and funding mechanisms are well designed, cities would be able to invest in infrastructure that supports sustainable transportation. Investments will be made in both transit and private vehicle-based infrastructure. Here we focus mostly on public transportation infrastructure, but provision and maintenance of infrastructure (ports, rail transfer stations, product terminals, etc.) is absolutely necessary for vitality of cities.

Existing infrastructure can be used more effectively. Such mechanisms as car sharing lanes, car clubs, park-and-ride, intelligent transportation systems have got some success. However, in the long run, such measures at the best hold use of gasoline-fuelled vehicles at current levels (Kennedy, 2005).

New generation of automobiles is absolutely necessary for sustainable development of cities. There are several models of the sustainable automobile of the future which have been introduced through technical innovations and application of industrial ecology. Adaptation to new automobiles would require developing new infrastructure. Transition to alternative fuel would demand investment in production and distribution facilities.

#### Transit infrastructure

Sustainable transportation implies reduction of auto dependence without compromising mobility and accessibility. Therefore, sustainable transportation system should include well-integrated public transit system, which would be able to provide adequate services for large proportion of urban residents. How transit system should be designed to attract travelers is a key question. North American public transportation rideship has declined since 1990s (Kohn, 2000). No urban area that expanded light rail system in the 1980-1990s achieved an increase in passenger transport's market share (Dunphy, 1995).

Concerning system configuration, the transit systems in such cities as London and Paris can be considered as close to ideal. Such systems have sufficient extent, high levels of accessibility and mobility. On the other hand, if to compare with North American cities, transit systems of North American counterparts are less extensive.

Expanding North American transit system (and, actually, transit systems in other regions of the world) is rather expensive adventure, which can be cost effective in the case of high passenger volumes. This, in turn, requires the development of high density land use at nodes and along corridors. It may be required to supplement it with intermediate class of modes,

specifically semi-rapid transit (ex., light rail transit, bus rapid transit). In general, investment in semi-rapid transit systems can be a key path in developing sustainable urban transportation systems (Kennedy et al., 2005).

#### Local design

Investment in public transit systems can be one of the means of achieving sustainability of urban transportation (along with the elaboration of new generation of sustainable automobiles). But investments would hardly work without land use and neighborhood designs, which are supportive to these investments. Houses, jobs and other places should be connected with travel facilities in a convenient way. The design of streets and neighborhoods play a significant role in this deal.

In recent literature, a lot of attention is paid to the design of neo-traditional neighborhoods (Boarnet and Crane, 2001). These designs try to recreate pre-war (WWII) development patterns, with high pedestrian access, mixed land use, narrower streets and other features.

Many codes and guidelines have been produced for practical assistance in designing sustainable neighborhoods (Institute of Transportation Engineers, 1997; Morris, 1997). Geographical information systems are also helpful in studying pedestrian accessibility (Aultman-Hall et al., 1997; Hsiao et al., 1997).

Developing sustainable urban transportation requires more than just creating pedestrian-friendly neighborhoods. Developing urban bicycle networks, a return to the development of boulevards also promote urban sustainability.

#### Conclusion

All components of sustainable urban transportation considered in this paper have to be established in order for cities to develop in sustainable way. Examples of cities that have achieved success with all components are rather rare. Movement towards more sustainable urban transportation has to be conducted in the next order: governance, financing, infrastructure, neighborhoods. Specific details of these components are likely to differ from city to city since there are different paths to reach similar aims. ■

---

1. Alberti, M. (1996) Measuring urban sustainability, *Environmental Impact Assessment Reviews*, 16, pp. 381–424.

2. Anderson, W., Kanaroglou, P. and Miller, E. (1996) Urban form, energy and the environment: a review of issues, evidence and policy, *Urban Studies*, 33(1), pp. 7–35.

3. Aultman-Hall, L., Roorda, M. and Baetz, B. W. (1997) Using GIS for evaluation of neighbourhood pedestrian accessibility, *ASCE Journal of Urban Planning and Development*, 123(1), pp. 10–17.

4. Bannister, D. (1998) Barriers to the implementation of urban sustainability, *International Journal of Environment and Pollution*, 10(1), pp. 65–83.

5. Boardman, A. E. and Vining, A. E. (1989) Ownership and performance in competitive environments: a comparison of the performance of private, mixed and state-owned enterprises, *Journal of Law and Economics*, 32(1), pp. 1–34.

6. Boarnet, M. and Crane, R. (2001) *Travel by Design: The Influence of Urban Form on Travel* (Oxford: Oxford University Press).

7. Clary, L., Hand, C., Creamer, R. and Branagan, G. (2001) Alternative transportation revenue sources, in: *Transportation Research Board (Ed.) Report of the Committee for the National Conference on Transportation Finance*, Scottsdale, Arizona, August 20–23, 2000 (Washington, DC: National Academy Press).

8. Dijst, M. and Schenkel, W. (2002) Urban performance in perspective, in: M. Dijst, W. Schenkel and I. Thomas (Eds) *Governing Cities on the Move: Functional and Management Perspectives on Transformations of European Urban Infrastructures*, pp. 1–18 (Aldershot: Ashgate).

9. Dunphy, R. T. (1995) *Review of Recent American Light Rail Experience* (Washington, DC: National Academy Press).

10. European Environment Agency (2001) *TERM 2001—Indicators Tracking Transport and Environment Integration in the European Union*. Environmental Issue Report No. 23, Catalogue: TH-39-01-295-EN-C (Copenhagen OPOCE).

11. Giglio, J. M. (1998) Financing, in: *Proceedings of the Transportation Issues in Large U. S. Cities*

12. Conference, Detroit, MI, USA, 28–30 June, pp. 111–125.

13. Gordon, P. and Richardson, H. W. (1989) Gasoline consumption and cities: a reply, *Journal of the American Planning Association*, 55(3), pp. 342–345.

14. Hall, P. (1998) *Cities in Civilization* (New York: Pantheon).

15. Hau, T. (1992) *Economic Fundamentals of Road Pricing*. World Bank Policy Research Working Paper Series WPS 1070 (Washington, DC: World Bank).

16. Homer Dixon, T. F. (2001) *The Ingenuity Gap* (Toronto: Vintage Canada).

17. Hsiao, S., Lu, J., Sterling, J. and Weatherford, M. (1997) Use of geographical information systems for analysis of transit pedestrian access, *Transportation Research Record*, 1604, pp. 50–59.

18. Institute of Transportation Engineers (1997) *Traditional Neighborhood Design: Street Design Guidelines* (Washington, DC: ITE).

19. Jacobs, A. B., MacDonald, E. and Rofé, Y. (2002) *The Boulevard Book: History, Evolution, Design of Multiway Boulevards* (Cambridge, MA: MIT Press).

20. Jacobs, J. (1961) *The Death and Life of Great American Cities* (New York: Random House).

21. Jones, P. (1998) Urban road pricing: public acceptability and barriers to implementation, in: K. J.

22. Button and E. T. Verhoef (Eds) *Road Pricing, Traffic Congestion and the Environment: Issues of Efficiency and Social Feasibility*, pp. 263–284. (Cheltenham: Edward Elgar).

23. Kennedy, C. A. (2002) A comparison of the sustainability of public and private transportation systems: study of the Greater Toronto Area, *Transportation*, 29, pp. 459–493.

24. Kennedy C., Miller E., Shalaby A., Maclean H., Coleman J. (2005) The Four Pillars of Sustainable Urban Transportation, *Transport Reviews*, 25:4, 393–414

25. Kenworthy, J. and Laube, F. (2001) *The Millennium Cities Database for Sustainable Transport* (Brussels: Union Internationale des transports publics (UITP)).

26. Kerzner, H. (2003) *Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling* (New York: Wiley).

27. Kohn, H. (2000) Factors affecting urban transit ridership (Ottawa: Statistics Canada). Available at: <http://www.statcan.ca/english/IPS/Data/53F0003X1E.htm> (accessed 6 June 2000).

28. Link, H., Dodgson, J. S., Maibach, M. and Herry, M. (1999) *The Costs of Road Infrastructure and Congestion in Europe* (New York: Physica).

29. McDonald, J. F, d'Ouille, E. L. and Liu, L. N. (1999) *Economics of Urban Highway Congestion and Pricing* (Boston, MA: Kluwer Academic).

30. Mees, P. (2000) *A Very Public Solution: Transport in the Dispersed City* (Melbourne: Melbourne University Press).

31. Miller, E. J. and Ibrahim, A. (1998) Urban form and vehicular travel: some empirical findings,

32. *Transportation Research Record*, 1617, pp. 18–27.

33. Miller, J. B. (2002) *Case Studies in Infrastructure Delivery* (Boston, MA: Kluwer).

34. Monheim, R. (1997) The evolution from pedestrian areas to 'car-free' city centres in Germany, in: R. Tolley (Ed.) *The Greening of Urban Transport*, 2nd edn, pp. 253–266 (Chichester: Wiley).

35. Morris, M. (1997) *Creating Transit Supportive Land-use Regulations* (Chicago, IL: American Planning Association).

36. Nakagawa, D. and Matsunaka, R. (1997) *Funding Transport Systems: A Comparison Among Developed Countries* (New York: Elsevier).

37. Newman, P. and Kenworthy, J. (1989) Gasoline consumption and cities: a comparison of US cities with a global survey, *Journal of the American Planning Association*, 55(1), pp. 24–37.

38. Nijkamp, P. and Ursem, T. (1998) Market solutions for sustainable cities, *International Journal of Environment and Pollution*, 10(1), pp. 46–64.

39. OECD (2002) *Governance for Sustainable Development: Five OECD Case Studies* (Washington, DC: OECD).

40. Reno, A. T. and Stowers, J. R. (1995) Alternatives to Motor Fuel Taxes for Financing Surface Transportation Improvements. TRB NCHRP Report No. 377 (Washington, DC: National Research Council).

41. World Bank (2002) *Cities on The Move: A World Bank Urban Transport Strategy Review* (Washington, DC: World Bank).

## REFERENCES:

Alberti, M. (1996) Measuring urban sustainability, *Environmental Impact Assessment Reviews*, 16, pp. 381–424.

Anderson, W., Kanaroglou, P. and Miller, E. (1996) Urban form, energy and the environment: a review of issues, evidence and policy, *Urban Studies*, 33(1), pp. 7–35.

Aultman-Hall, L., Roorda, M. and Baetz, B. W. (1997) Using GIS for evaluation of neighbourhood pedestrian accessibility, *ASCE Journal of Urban Planning and Development*, 123(1), pp. 10–17.

Bannister, D. (1998) Barriers to the implementation of urban sustainability, *International Journal of Environment and Pollution*, 10(1), pp. 65–83.

Boardman, A. E. and Vining, A. E. (1989) Ownership and performance in competitive environments: a comparison of the performance of

private, mixed and state-owned enterprises, *Journal of Law and Economics*, 32(1), pp. 1–34.

Boarnet, M. and Crane, R. (2001) *Travel by Design: The Influence of Urban Form on Travel* (Oxford: Oxford University Press).

Button and E. T. Verhoef (Eds) *Road Pricing, Traffic Congestion and the Environment: Issues of Efficiency and Social Feasibility*, pp. 263–284. (Cheltenham: Edward Elgar).

Clary, L., Hand, C., Creamer, R. and Branagan, G. (2001) Alternative transportation revenue sources, in: *Transportation Research Board (Ed.) Report of the Committee for the National Conference on Transportation Finance*, Scottsdale, Arizona, August 20–23, 2000 (Washington, DC: National Academy Press).

Conference, Detroit, MI, USA, 28–30 June, pp. 111–125.

Dijst, M. and Schenkel, W. (2002) Urban performance in perspective, in: M. Dijst, W. Schenkel and I. Thomas (Eds) *Governing Cities on the Move: Functional and Management Perspectives on Transformations of European Urban Infrastructures*, pp. 1–18 (Aldershot: Ashgate).

Dunphy, R. T. (1995) *Review of Recent American Light Rail Experience* (Washington, DC: National Academy Press).

European Environment Agency (2001) TERM 2001—Indicators Tracking Transport and Environment Integration in the European Union. Environmental Issue Report No. 23, Catalogue: TH-39-01-295-EN-C (Copenhagen OPOCE).

Giglio, J. M. (1998) Financing, in: *Proceedings of the Transportation Issues in Large U. S. Cities*

Gordon, P. and Richardson, H. W. (1989) Gasoline consumption and cities: a reply, *Journal of the American Planning Association*, 55(3), pp. 342–345.

Hall, P. (1998) *Cities in Civilization* (New York: Pantheon).

Hau, T. (1992) *Economic Fundamentals of Road Pricing*. World Bank Policy Research Working Paper Series WPS 1070 (Washington, DC: World Bank).

Homer Dixon, T. F. (2001) *The Ingenuity Gap* (Toronto: Vintage Canada).

Hsiao, S., Lu, J., Sterling, J. and Weatherford, M. (1997) Use of geographical information systems for analysis of transit pedestrian access, *Transportation Research Record*, 1604, pp. 50–59.

Institute of Transportation Engineers (1997) *Traditional Neighborhood Design: Street Design Guidelines* (Washington, DC: ITE).

Jacobs, A. B., MacDonald, E. and Rofé, Y. (2002) *The Boulevard Book: History, Evolution, Design of Multiway Boulevards* (Cambridge, MA: MIT Press).

Jacobs, J. (1961) *The Death and Life of Great American Cities* (New York: Random House).

Jones, P. (1998) Urban road pricing: public acceptability and barriers to implementation, in: K. J.

Kennedy C., Miller E., Shalaby A., Maclean H., Coleman J. (2005) *The Four Pillars of Sustainable*



Urban Transportation, *Transport Reviews*, 25:4, 393-414

Kennedy, C. A. (2002) A comparison of the sustainability of public and private transportation systems: study of the Greater Toronto Area, *Transportation*, 29, pp. 459–493.

Kenworthy, J. and Laube, F. (2001) *The Millennium Cities Database for Sustainable Transport* (Brussels: Union Internationale des transports publics (UITP)).

Kerzner, H. (2003) *Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling* (New York: Wiley).

Kohn, H. (2000) *Factors affecting urban transit ridership* (Ottawa: Statistics Canada). Available at: <http://www.statcan.ca/english/IPS/Data/53F0003X1E.htm> (accessed 6 June 2000).

Link, H., Dodgson, J. S., Maibach, M. and Herry, M. (1999) *The Costs of Road Infrastructure and Congestion in Europe* (New York: Physica).

McDonald, J. F., d'Ouille, E. L. and Liu, L. N. (1999) *Economics of Urban Highway Congestion and Pricing* (Boston, MA: Kluwer Academic).

Mees, P. (2000) *A Very Public Solution: Transport in the Dispersed City* (Melbourne: Melbourne University Press).

Miller, E. J. and Ibrahim, A. (1998) *Urban form and vehicular travel: some empirical findings*,

Miller, J. B. (2002) *Case Studies in Infrastructure Delivery* (Boston, MA: Kluwer).

Monheim, R. (1997) The evolution from pedestrian areas to 'car-free' city centres in Germany, in: R. Tolley (Ed.) *The Greening of Urban Transport*, 2nd edn, pp. 253–266 (Chichester: Wiley).

Morris, M. (1997) *Creating Transit Supportive Land-use Regulations* (Chicago, IL: American Planning Association).

Nakagawa, D. and Matsunaka, R. (1997) *Funding Transport Systems: A Comparison Among Developed Countries* (New York: Elsevier).

Newman, P. and Kenworthy, J. (1989) Gasoline consumption and cities: a comparison of US cities with a global survey, *Journal of the American Planning Association*, 55(1), pp. 24–37.

Nijkamp, P. and Ursem, T. (1998) Market solutions for sustainable cities, *International Journal of Environment and Pollution*, 10(1), pp. 46–64.

OECD (2002) *Governance for Sustainable Development: Five OECD Case Studies* (Washington, DC: OECD).

Reno, A. T. and Stowers, J. R. (1995) Alternatives to Motor Fuel Taxes for Financing Surface Transportation Improvements. TRB NCHRP Report No. 377 (Washington, DC: National Research Council).  
*Transportation Research Record*, 1617, pp. 18–27.

World Bank (2002) *Cities on The Move: A World Bank Urban Transport Strategy Review* (Washington, DC: World Bank).

---

## **Устойчивость городского транспорта: основные компоненты**

© Хайхадаева О.Д., 2021

Развитие устойчивой транспортной системы является очень важной для городских территорий. В развивающихся странах численность городского населения приближается к 50 % от общей численности населения, а в развитых странах уже 75 % населения живет в городах. В такой ситуации планирование устойчивой транспортной системы является одной из важнейших задач, которую должны решать современные города. Быстрое расплощение городов, развитие пригородов с низкой плотностью населения, где общины в основном используют автомобили, представляют собой особый интерес. Выбросы загрязняющих атмосферу газов, пробки, авто-зависимость снижают качество городской жизни. Такие вопросы, как какие городские формы являются более устойчивыми (в зависимости от использования земли и транспортной системы) обсуждаются учеными и практиками в течение длительного времени. Действительно, некоторые городские формы являются более «эффективными» в отношении использования автомобилей, использования энергии, загрязнения воздуха, использования земли, затрат. Эта статья посвящена анализу основных компонентов устойчивой городской транспортной системы.

*Ключевые слова:* устойчивость, транспортная система, использование автомобиля, город

---

УДК 378.018

## **ГОТОВНОСТЬ К ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИЮ В УСЛОВИЯХ КАРАНТИНА НА ПРИМЕРЕ БМБШ ИГУ: ИТОГИ ГОДА**

© Царевская О. А., Юдалевич Н. В., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье рассмотрено влияние вируса COVID-19 и спровоцированного им карантина на переход учебных заведений в формат онлайн обучения, а также проанализирована готовность к дистанционному обучению Байкальской международной бизнес-школы Иркутского государственного университета.

*Ключевые слова:* онлайн обучение, COVID-19, пандемия, проблемы онлайн обучения, студенты, организация лекций, онлайн-платформы, мессенджеры

Современный человек вынужден жить в эпоху изменений. Эра стабильности осталась в далеком прошлом. Сегодня изменения не только появляются каждый день, но и проникают во все сферы нашей жизни. Высокотехнологичные изменения входят в наш быт, и уже, пожалуй, не найти человека, который бы не пользовался компьютером, смартфоном и прочими гаджетами.

В современном цивилизованном обществе осталось совсем немного людей, которые никогда не пользовались никакими онлайн-сервисами, не делали заказов онлайн, не покупали билетов, не говоря уже о прогнозе погоды, который узнают «из телефона», либо, в крайнем случае, по ТВ. Термометры за окошком ушли в прошлое, как и многое другое, исчезновения чего люди просто не замечают и принимают новшества как должное.

Изменения происходят на каждом шагу, меняя нашу жизнь, где-то облегчая её, где-то временно усложняя. Если использовать изменения разумно, они, безусловно, облегчат жизнь и сделают ее более комфортной, а нас самих более эффективными.

Человек не замечает, что при современных коммуникациях существенно сократилось время на решение многих вопросов, на назначение встреч, на планирование дел. Мы решаем вопросы параллельно с другой деятельностью, не отвлекаясь и не тратя на них отдельное время. К этому все давно привыкли и не считают это чем-то необычным.

Тем не менее, остается ряд сфер, в которых изменения принимаются людьми довольно сложно. И одна из таких сфер — сфера образования. Казалось бы, в сфере образования работают люди, которые должны легче и быстрее других впитывать всё новое и прогрессивное, но нет...

Ситуация с вирусом COVID-19 и карантинном, вынудившая все учебные заведения на довольно длительный период перейти в онлайн показала, что далеко не все учебные заведения готовы, не только технически, но в большой степени морально, принять условия, ограничения и возможности онлайн обучения.

В чем же причина того, что люди не готовы? Здесь следует выделить ряд причин, относящихся к разным участникам образовательного процесса. Говоря о учебных заведениях и о преподавателях, следует обратить внимание на следующие важные факторы.

У каждого преподавателя есть множество наработок и материалов, предназначенных и «заточенных» под офлайн-обучение, и их адаптация к работе онлайн требует времени, усилий, а в ряде случаев бывает неэффективна, либо вовсе невозможна.

Как следствие, возникает необходимость создания новой базы материалов и методик, эффективных при онлайн-обучении, что требует, безусловно, времени, которого пандемия не дала.

Отсутствие достаточной материально-технической оснащенности тоже явилось фактором,

породившим множество трудностей, ибо далеко не все учебные заведения на момент начала карантина имели достаточное количество техники, чтобы обеспечить моментальный переход на онлайн-обучение, не говоря уже о преподавателях, многие из которых вынуждены были работать из дома и пользоваться личными средствами коммуникаций.

Одним из субъективных, но существенных факторов также являлась боязнь участников учебного процесса за сохранность своих персональных данных и личных наработок при работе онлайн.

Непонимание преимуществ новых форматов обучения и неумение правильно и эффективно их использовать также усложнило вынужденный переход на онлайн-формат.

Для студентов и учащихся ситуация тоже оказалась сложной. По результатам открытого опроса среди студентов, родителей учащихся и самих учеников следует выделить следующие проблемы:

Проблемы со связью. Многие ученики проживают в местах с неустойчивыми или некачественными каналами связи.

Невозможность полного перевода некоторых курсов в онлайн-формат. Есть ряд учебных дисциплин, требующих личного присутствия обучающегося. Это касается химических практикумов, обучения на тренажерах и симуляциях с применением специализированной техники и сложных устройств. По данным исследований Высшей школы экономики в 19, 7 % вузов в учебном процессе есть такого рода дисциплины [2].

Самодисциплина. Обучающиеся столкнулись с необходимостью во многом самим планировать учебное время, слушать лекции и участвовать в занятиях из дома, где находится множество отвлекающих факторов. Также у многих сбился режим дня из-за отсутствия необходимости с утра добираться до места учебы.

Скука. Многие считают онлайн-занятия скучными, ибо очень непросто удерживать свое внимание долгое время, находясь перед экраном компьютера, планшета или смартфона.

Сложность усвоения материала. Люди по своей природе существа социальные, им необходимо живое общения. Обучение также, традиционно, происходит в процессе общения. Далеко не все способны к самообучению.

Много домашних заданий. В следствие уменьшения возможности «живого» общения, преподаватели вынуждены давать больше домашних заданий для качественного контроля за успеваемостью, что безусловно, тяжело для обучающихся.

Ощущение изолированности и одиночества. Обучающимся, оставшимся временно без живого общения очень сложно адаптироваться.

Также обучающиеся выделяют такую проблему, как большая нагрузка на глаза и влияние на общую физическую форму.

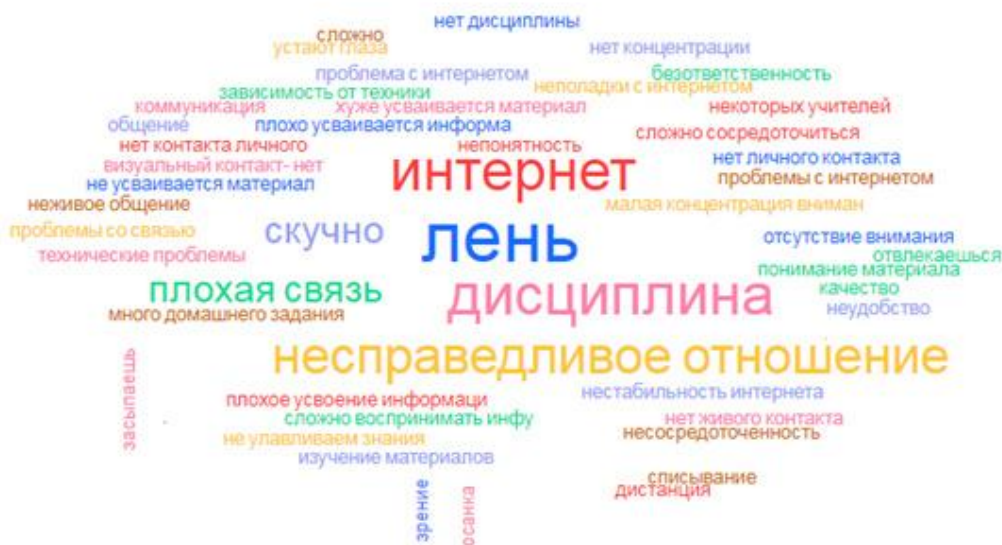


Рис. 1. Интерактивная карта проблем онлайн обучения по мнению обучающихся и их родителей

Кроме описанных выше проблем, следует отметить очень важную и глобальную проблему — отсутствие качественных систем, позволяющих осуществлять онлайн-обучение. И, как следствие, отсутствие опыта в организации и осуществлении процесса онлайн-обучения в учебных заведениях.

По данным еженедельного журнала «Профиль» справиться с переходом на дистанс удалось далеко не всем учебным заведениям. Чиновники представили список Интернет-площадок (Zoom, Skype, Teams и другие), рекомендованных к использованию в учебном процессе, а также такие

системы как «ЯКласс», Яндекс.Учебник и InternetUrok для школьного обучения [1].

Но у участников учебного процесса почти отсутствовал опыт, а многие платформы не справились с непредвиденно большой нагрузкой.

По данным того же источника вузы были готовы к переходу на дистант несколько лучше, но отмечается также, что слабые места таки есть [1] и относятся они к уже рассмотренным выше. Так, по мнению студентов, полностью к переходу на онлайн-обучение готовы лишь 13 % преподавателей, скорее готовы 44 %, скорее не готовы 27 %, совершенно не готовы 11 % [2].

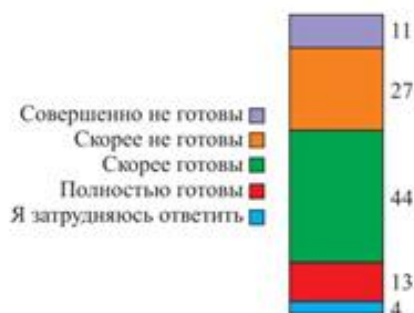


Рис. 2. Оценка готовности вуза и преподавателей к переходу на дистанционное обучение, % опрошенных студентов [2]

По данным исследования «Студенты вузов России о дистанционном обучении: оценка и возможности» [3], лекции и занятия в дистанционном формате осуществлялись несколькими способами:

- онлайн, в режиме реального времени;
- по ссылке на записанную ранее лекцию;

• использовались лекции в текстовом формате или в виде презентаций;

• студентам отправлялись планы лекций со списком литературы для самостоятельного их изучения;

• использовались готовые лекции на открытых ресурсах на которые давались ссылки.

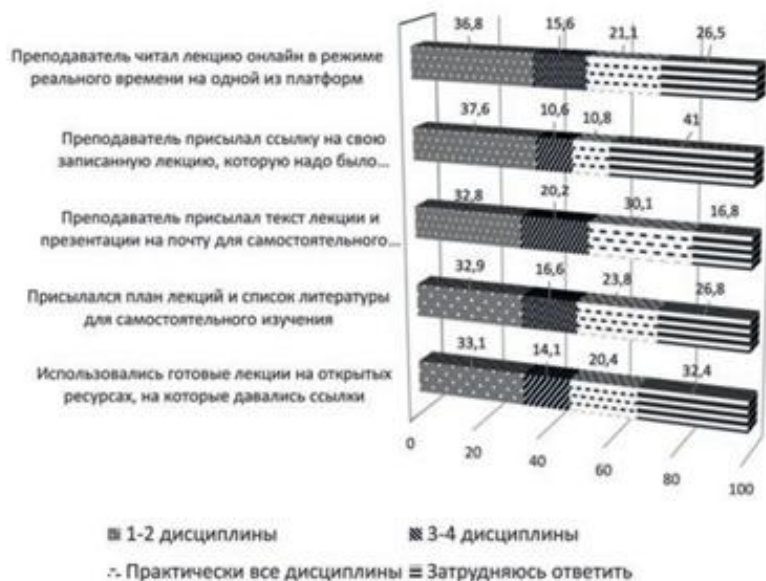


Рис. 3. Формы организации лекций в онлайн-формате [3]

Рассмотрим, как проходил процесс перехода на дистанс с началом карантина в Байкальской международной бизнес-школе Иркутского государственного университета (далее БМБШ ИГУ).

БМБШ ИГУ, специализирующаяся на инновациях в области образования, уже многие годы использует в учебном процессе элементы дистанционного обучения. В 2000 году была написана, введена в строй и зарегистрирована Система дифференцированного Интернет-обучения «ГЕКАДЕМ» (далее «Гекадем») (свидетельство об официальной регистрации программ для ЭВМ №2007610068 от 16 октября 2006 г.). Система осуществляет полный цикл управления учебных заведением, включая образовательный процесс и административные функции.

За годы существования в системе накопилась внушительная база учебных курсов, все обучающиеся зарегистрированы в системе, где проходили некоторое количество, либо все курсы своей учебной программы. Сейчас такой формат обучения принято называть гибридным, когда наряду с офлайн-обучением проводятся лекции, семинары и другие виды занятий онлайн.

Посмотрим данные по онлайн-обучению за год карантина по COVID-19.

За год в БМБШ ИГУ студенты обучались 19 наборов (учебных программ и курсов) в количестве 538 человек. В целом, по учебным программам было проведено 55 сессий (модулей, семестров). На программах студентами осуществлялось изучение 334 предметов (включая все технические и факультативные предметы), 201 из которых, то есть 60,17 %, имел версию в системе ГЕКАДЕМ.



Рис. 4. Соотношение общего количества учебных курсов и курсов, имеющих онлайн версию в ГЕКАДЕМ



Рис. 5. Количество учебных курсов в системе ГЕКАДЕМ по предметам программ БМБШ ИГУ за время карантина

БМБШ ИГУ уже долгое время использует элементы онлайн-обучения в очном обучении и за годы своей деятельности и персонал, и преподаватели накопили довольно внушительный опыт, а также базу наработок в области онлайн-обучения.

С приходом пандемии практически сразу был осуществлен переход на дистанс с использованием не только собственной системы ГЕКАДЕМ, но и различных международных онлайн-платформ. Вначале лекции вели в Zoom, консультации проводили в Skype, делали трансляции в аккаунте Инстаграм. Затем, к этому списку добавилась платформа Microsoft Teams, которая организационно объединила разрозненные трансляции. Для проведения консультаций каждый преподаватель сам определял формат и способ общения со студентами. Это и Skype, и электронная почта, и различные мессенджеры, такие как WhatsApp, Viber, Инстаграм и прочие.

Говоря о готовности преподавателей, следует отметить, что большинство, даже люди старшего поколения, без особых сложностей восприняли новый формат обучения. В бизнес-школе не пропало практически ни одного занятия, не было отмен из-за невозможности проводить обучение удаленно. Преподаватели по желанию и в соответствии с техническими возможностями работали из дома или вели трансляции из пустующих аудиторий вуза. Разумеется, на них, а впрочем, и на студентов, лег груз дополнительной подготовки и большего объема работ. Но занятия велись без перерывов, и студенты получали и продолжают получать знания в необходимом объеме.

Также появились онлайн-варианты многих оффлайн-мероприятий, таких как День открытых дверей, Летняя школа для абитуриентов и другие.

Разумеется, остаётся ряд пока еще не решенных проблем:

Преподавателям сложно удерживать внимание аудитории при онлайн-формате;

Студенты не всегда готовы работать с включенными камерами, что усложняет процесс коммуникаций в процессе занятия;

Сложно дисциплинировать обучающихся, находящихся дома;

Пока еще нет 100 %-ой гарантии исключения списывания домашних работ.

Подводя итог, следует отметить, что, живя в эпоху стремительных изменений, нужно учиться спокойно и конструктивно воспринимать то, что приносит стремительно и постоянно меняющийся мир, быть готовыми к изменениям и постоянно учиться, познавая новые способы коммуникаций, организации работы и всей своей жизни. И это касается как каждого индивида, так и целых организаций. ■

1. Макарова Ю. Почему школы и вузы оказались не готовы к дистанционному обучению. [Электронный ресурс] URL:<https://profile.ru/scitech/pochemu-shkoly-i-vuzy-okazalis-ne-gotovy-k-distancionnomu-obucheniyu-279968/> (Дата обращения: 01.04.2021).

2. Авт. коллектив: А.В. Клягин и др. Шторм первых недель: Как высшее образование шагнуло в реальность пандемии. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Институт образования. — М.: НИУ ВШЭ, 2020. — 112 с. — 200 экз. — (Современная аналитика образования. № 6 (36)). [Электронный ресурс] URL:[https://ioe.hse.ru/data/2020/05/26/1551527214/CAO%206\(36\)\\_электронный.pdf](https://ioe.hse.ru/data/2020/05/26/1551527214/CAO%206(36)_электронный.pdf) (Дата обращения: 01.04.2021).

3. Алешковский И.А., Гаспаршвили А.Т., Крухмалева О.В., Нарбут Н.П., Савина Н.Е. Студенты вузов России о дистанционном обучении: оценка и возможности // Высшее образование в России. 2020. Т. 29. № 10. С. 86-100. [Электронный ресурс] URL:<https://vovr.elpub.ru/jour/article/viewFile/2434/1567> (Дата обращения: 01.04.2021).

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Макарова Ю. Почему школы и вузы оказались не готовы к дистанционному обучению. [Электронный ресурс] URL:<https://profile.ru/scitech/pochemu-shkoly-i-vuzy-okazalis-ne-gotovy-k-distancionnomu-obucheniyu-279968/> (Дата обращения: 01.04.2021).

Авт. коллектив: А.В. Клягин и др. Шторм первых недель: Как высшее образование шагнуло в реальность пандемии. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Институт образования. — М.: НИУ ВШЭ, 2020. — 112 с. — 200 экз. — (Современная аналитика образования. № 6 (36)). [Электронный ресурс]

URL:[https://ioe.hse.ru/data/2020/05/26/1551527214/CAO%206\(36\)\\_электронный.pdf](https://ioe.hse.ru/data/2020/05/26/1551527214/CAO%206(36)_электронный.pdf) (Дата обращения: 01.04.2021).

Алешковский И.А., Гаспаришвили А.Т., Крухмалева О.В., Нарбут Н.П., Савина Н.Е.

Студенты вузов России о дистанционном обучении: оценка и возможности // Высшее образование в России. 2020. Т. 29. № 10. С. 86-100. [Электронный ресурс] URL:<https://vovr.elpub.ru/jour/article/viewFile/2434/1567> (Дата обращения: 01.04.2021).

---

## Readiness for online learning in quarantine conditions on the example of the BIBS ISU: results of the year

© Tsarevskaya O., Iudalevich N., 2021

This article examines the impact of the COVID-19 virus and the quarantine it provoked on the transition of educational institutions to the online learning format. It shows the readiness for distance learning of the Baikal International Business School of Irkutsk State University.

*Keywords:* online learning, COVID-19, pandemic, online learning problems, students, lecture organization, online platforms, messengers



## СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

### **Айдынов Рафаэль Эльданизович**

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: rafaelis111@inbox.ru

### **Ajdynov Rafael Eldanizovich**

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: rafaelis111@inbox.ru

### **Баймачева Татьяна Евгеньевна**

студент, Байкальская международная бизнес-школа, ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. Карла-Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: tatianabaimacheva@mail.ru

### **Vaimacheva Tatiana Evgenievna**

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: tatianabaimacheva@mail.ru

### **Балашов Никита Александрович**

студент, Байкальская международная бизнес-школа, ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. Карла-Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: xxxsoxy39@gmail.com

### **Balashov Nikita Aleksandrovich**

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: xxxsoxy39@gmail.com

### **Барышников Станислав Олегович**

студент, Байкальская международная бизнес-школа, ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. Карла-Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: stas@baryshnikov.online

### **Baryshnikov Stanislav Olegovich**

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: stas@baryshnikov.online

### **Богданович Иван Олегович**

магистрант, 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: i.bogdanovich@groupstp.ru

### **Bogdanovich Ivan Olegovich**

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

E-mail: i.bogdanovich@groupstp.ru

### **Бойко Владислав Витальевич**

магистрант, 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: [Twitter\\_777@mail.ru](mailto:Twitter_777@mail.ru)

### **Boltenkov Boiko Vladislav Vitalievich**

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

E-mail: [Twitter\\_777@mail.ru](mailto:Twitter_777@mail.ru)

### **Болтенков Иван Алексеевич**

магистрант, 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: boltenkovx@gmail.com

### **Boltenkov Ivan Akekseevich**

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

E-mail: boltenkovx@gmail.com

### **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

**Годван Дмитрий Федорович**

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: dfgodvan@gmail.com

**Godvan Dmitrii Fedorovich**

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: dfgodvan@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

**Дикуннов Илья Эдуардович**

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: idikunov@bk.ru

**Dikunov Ilya Eduardovich**

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: idikunov@bk.ru

**Домышева Светлана Аркадьевна**

кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры гуманитарных дисциплин и иностранных языков, 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: katsveta@ya.ru

**Domysheva Svetlana Arkadieva**

Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Humanities and Foreign Languages, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: katsveta@ya.ru

**Дроздова Софья Игоревна**

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа, ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. Карла-Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: sofikadrozdova@rambler.ru

**Drozdova Sofia Igorevna**

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: sofikadrozdova@rambler.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

**Зуева Златислава Викторовна**

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа, ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. Карла-Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: zlatislava9739@gmail.com

**Zueva Zlatislava Viktorovna**

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: zlatislava9739@gmail.com

**Иваник Егор 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: ivegdm@inbox.ru

**Ivanik Egor Dmitrievich**

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: ivegdm@inbox.ru

**Катровский Юрий Андреевич**

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа, ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. Карла-Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: yur55541150@yandex.ru

**Katrovskii Yurii Andreevich**

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: yur55541150@yandex.ru

**Копылова Наталья Владимировна**

доцент кафедры гуманитарных дисциплин и иностранных языков, 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: n\_v\_kopylova@mail.ru

**Kopylova Natalia Vladimirovna**

Associate Professor of the Department of Humanities and Foreign Languages, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: n\_v\_kopylova@mail.ru

**Кругляк Виктория Алексеевна**

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа, ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. Карла-Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: [Kruglyak.vikaa@gmail.com](mailto:Kruglyak.vikaa@gmail.com)

**Kruglyak Viktoria Alekseevna**

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: [Kruglyak.vikaa@gmail.com](mailto:Kruglyak.vikaa@gmail.com)

**Курин Вадим Юрьевич**

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа, ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. Карла-Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: [chief.kurin2017@yandex.ru](mailto:chief.kurin2017@yandex.ru)

**Kurin Vadim 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: [chief.kurin2017@yandex.ru](mailto:chief.kurin2017@yandex.ru)

**Леонтьева Анна Петровна**

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: [L.Ann1997@mail.ru](mailto:L.Ann1997@mail.ru)

**Leontieva Anna Petrovna**

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: [L.Ann1997@mail.ru](mailto:L.Ann1997@mail.ru)

**Маликова анна Андреевна**

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа, ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. Карла-Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: [kissanja@mail.ru](mailto:kissanja@mail.ru)

**Malikova Anna Andreevna**

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: [kissanja@mail.ru](mailto:kissanja@mail.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: [vantzenok@mail.ru](mailto:vantzenok@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: [vantzenok@mail.ru](mailto:vantzenok@mail.ru)

**Начаркин Матвей 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: [nach.m00@mail.ru](mailto:nach.m00@mail.ru)

**Nacharkin Matvei Alexandrovich**

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: [nach.m00@mail.ru](mailto:nach.m00@mail.ru)

**Новичкова Ирина Владиславовна**

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа, ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. Карла-Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: [novichkova11@mail.ru](mailto:novichkova11@mail.ru)

**Novichkova Irina Vladislavovna**

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: [novichkova11@mail.ru](mailto:novichkova11@mail.ru)

**Панцевич Дарья Алексеевна**

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: [pda1999@mail.ru](mailto:pda1999@mail.ru)

**Pantsevich Daria Alekseevna**

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: [pda1999@mail.ru](mailto:pda1999@mail.ru)

**Салаев Собиржон Тахирович**

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа, ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. Карла-Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: [salayev.sobirjon.93@mail.ru](mailto:salayev.sobirjon.93@mail.ru)

**Salaev Sobirzhon Takhirovich**

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: [salayev.sobirjon.93@mail.ru](mailto:salayev.sobirjon.93@mail.ru)

**Салтыкова Юлия Анатольевна**

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа, ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. Карла-Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: [sokolk@mail.ru](mailto:sokolk@mail.ru)

**Saltykova Iuliia Anatolievna**

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: sokolk@mail.ru

**Сидоренко Роман Александрович**

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа, ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. Карла-Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: roman16101@gmail.com

**Sidorenko Roman Aleksandrovich**

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: roman16101@gmail.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

**Стецкая Диана Валерьевна**

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: sss\_dn@mail.ru

**Stetskaia Diana Valerievna**

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: sss\_dn@mail.ru

**Тапхарова 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: tapkharva-olga@mail.ru

**Tapkharova Olga Aleksandrovna**

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: tapkharva-olga@mail.ru

**Филатов Константин Викторович**

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: constanta0403@gmail.com

**Filatov Konstantin Viktorovich**

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: constanta0403@gmail.com

**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

**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

**Чанчиков Андрей Александрович**

школьник, МАОУ ЦО 47 г. Иркутск

664057, г. Иркутск, пр. Маршала Жукова, 36, тел. +7 9148952526

e-mail: grosheva@buk.irk.ru

**Chanchikov Andrew Aleksandrovich**

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

36, pr. Marshala Zhukova, Irkutsk, Russia, 664057, phone +7 9148952526

e-mail: grosheva@buk.irk.ru

**Щащина Диана 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: dianka.champ@yandex.ru

**Chashina Diana Olegovna**

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: dianka.champ@yandex.ru

**Чувашова Анна Сергеевна**

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: annashuvashova@mail.ru

**Chuvashova Anna Sergeevna**

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: annashuvashova@mail.ru

**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

**Шагнахметова Екатерина 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: [Shagi.katrin@gmail.com](mailto:Shagi.katrin@gmail.com)

**Shagiakhetova Ekaterina Aleksandrovna**

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: [Shagi.katrin@gmail.com](mailto:Shagi.katrin@gmail.com)

**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