

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

февраль 2022 **N1[21]**

## Содержание

Blizniuk D. A. <b>People's attitudes to piracy content</b> .....	4
Грошева Н. Б., Грошева Е. К., Болтенков И. А., Фань Сюецяо. <b>Присвоение ESG-рейтинга: необходимость или мода</b> .....	8
Винниченко М. А. <b>Актуальность и проблематика внедрения бирюзовой формы организации на современных предприятиях</b> .....	11
Домышева С. А., Копылова Н. В. <b>Интеллектуальные игры при обучении английскому языку для специальных целей: принципы составления вопросов викторин</b> .....	15
Дятлов С. П. <b>Двадцатилетний прогноз развития пищевой промышленности</b> .....	24
Кубанов Р. А. <b>Социально-психологический портрет менеджера XXI века</b> .....	28
Литвинова М. Н. <b>Специальная оценка рабочих мест для совершенствования условий труда на примере химического завода «Ангара-Реактив»</b> .....	35
Мусифулина И. И. <b>Сущность финансового менеджмента. Его история развития в России</b> .....	38
Пешкова Н. Р. <b>Совершенствование формирования отчета о финансовых результатах</b> .....	41
Tuleneva V. E. <b>Screen vs. Paper the study of reading preferences</b> .....	44
Юдалевич Н. В. <b>Портрет современного пользователя Интернет-услуг на примере молодежного сегмента населения</b> .....	48
<b>Сведения об авторах</b> .....	55

Международный научный электронный журнал «Бизнес-образование в экономике знаний»

Учредитель: ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

Гл. редактор: Н. В. Юдалевич

Тел. редакции: +7 3952 42-71-30

E-mail: science@buk.irk.ru

Адрес редакции: 664003, г. Иркутск, ул. К. Маркса, 1

Регистрирующий орган: Федеральная служба по надзору в сфере связи,  
информационных технологий и массовых коммуникаций

Номер свидетельства о регистрации: ЭЛ N ФС 77 - 71619 от 23.11.2017

ISSN: 2412-53-18

12+

© Blizniuk D. A., 2022

Irkutsk State University, Irkutsk

The article discusses people's attitude to digital piracy, which depends on two factors: moral and economic. The aim of the article is to determine the causes of unethical behavior of people in the field of digital piracy using quantitative and qualitative methods.

*Keywords:* piracy, digital products, illegal content

In the past, people associated piracy with sea robbers. In the age of digital technology, this term has acquired a completely new meaning, which has nothing similar with maritime robberies and raids on ships.

To become a pirate in the 21st century, you do not even need to have your own ship and an eye patch. Modern pirates surf the waters of the World Wide Web in order to get someone else's intellectual property without paying money for it. Such digital content as music, movies, e-books, software is subjected to illegal use by Internet users. The purpose of this article was to study the attitudes of people using pirated content. The study was conducted with the help of qualitative and quantitative methods to identify the motives that influence the decision to consume digital content illegally.

The original meaning of the term «piracy» comes from pirate thieves who seize other people's ships and take everything they want. Piracy means stealing someone else's work or ideas. Piracy originated before the digital age, but its popularity has increased with the advent of the Internet. The development of IT also gave rise to digital piracy, which means the illegal consumption of copies of digital products such as music, movies, software, e-books [1]. Illegal distribution of copyrighted media content has emerged since the birth of new technologies and platforms that allow for quick and unlimited access to content. It is important to note that copyright infringers are not only intruders who engage in piracy, but also end users who view and download such content.

Some studies indicate that people's intentions to use pirated content depend on two factors: moral and economic ones [7]. As for moral factors, people who feel guilty and morally responsible for pirated use of media content are less susceptible to illegal behavior [3]. Other studies indicate that if a person has the possibility and resources to download copyrighted content, the likelihood of piracy increases [4]. In addition, if a person ever uses or enjoys illegal content, his intention regarding piracy increases. Many consumers of pirated content believe that stealing a real object and intellectual property is not the same thing. This opinion is explained by the fact that the Internet provides anonymity in the network, so copyright violators do not perceive the likelihood of punishment. Thus, some people tend to believe that if piracy is not punishable, the use of illegal channels is acceptable [8]. It is also important to note

that the popularity of pirated content results from lack of intellectual property protection [9]. Other authors think that piracy is a crime, emphasizing that the violation of copyrighted content negatively affects every person working in these industries, so it is necessary to respect the work of people [4].

Considering the economic factor, it is possible to identify a growing trend in the use of pirated content due to the high price of authorized products and low income in developing countries. Some researchers claim that price is a key motivational factor that influences the purchase of music by illegal downloading [7]. On the other hand, the high price of legal products is not the reason for the popularity of pirated content since piracy is widespread both in rich countries, such as Saudi Arabia & Iceland, and in impoverished South Africa & Slovakia [7].

There are quite a few studies indicating that the distribution of pirated content leads to serious losses in the income of media producers [2], [5], [6]. Piracy is a serious problem for various industries as it leads to losses in the income of producers of media products due to the substitution of sales of licensed goods. The entertainment business loses billions of dollars every year because of the theft of digital content. Moreover, the distribution of illegal content harms not only creators, but also consumers as the economic incentives that creators should invest in high-quality entertainment projects are decreasing. As a result of such illegal consumption, the quality of digital products decreases [4].

In this article, both quantitative and qualitative methods were used to ensure reliability. The purpose of this study was to identify factors that positively or negatively affect the illegal use of digital content. The experience and attitudes of 16 people of different ages, who use pirated content, were analyzed, 15 of whom took part in the survey and 1 gave an interview.

To study the attitudes of people to the consumption of illegal content, an online questionnaire was conducted in a Google form, which consisted of 9 questions on the topic of piracy. The main advantages of the questionnaire research method are tracking statistics and conducting a thorough analysis by studying successive clarifying questions. The online questionnaire included such items as demographics, negative or positive attitudes of people to piracy, reasons for using pirated content, experience of illegal use of content, the impact of piracy on the entertainment

industry, punishment for piracy, as well as the experience of illegal use of movies, music, books, software and games. Moreover, that this survey was compiled in order to find out which of the three factors, such as economic, cultural and moral ones, have a greater impact on copyright infringement. The priority target audience of the study was the youth since this social group is the most active on the Internet. Older people also took part in the study.

An expert in the field of music and film industry was invited to the interview in order to study in more detail the factors influencing the behavior of consumers of illegal content. Due to the fact that the quantitative method is conducted with consumers of media content, for greater objectivity, it was decided to conduct an interview with the creator of media content. The interview was used to identify the causes of copyright infringement and the impact of piracy on the entertainment industry. Particular attention was paid to issues related to the frequency of illegal use of media

content, the attitudes of people to the concept of «copyright» and the social group of people most devoted to the illegal use of content. In addition, there were questions concerning a legal and economic issues: Will the legislation on copyright protection be tightened? How much does the pirated content market earn per year? How much money does the industry lose annually due to the pirate activity market? The interviewing method makes it possible to conduct an in-depth study of an expert opinion, obtain unique information about the problem under study, refine data and get a more detailed answer to questions.

The questionnaire included 9 questions concerning different aspects of copyright infringement. 17 people took part in the survey, of whom 58,8 % are young people aged 17–30 years and 41,2 % are adults aged 31+ years. The age ranges helped to reveal the difference in attitudes towards piracy between generations. The chart below summarizes survey results.

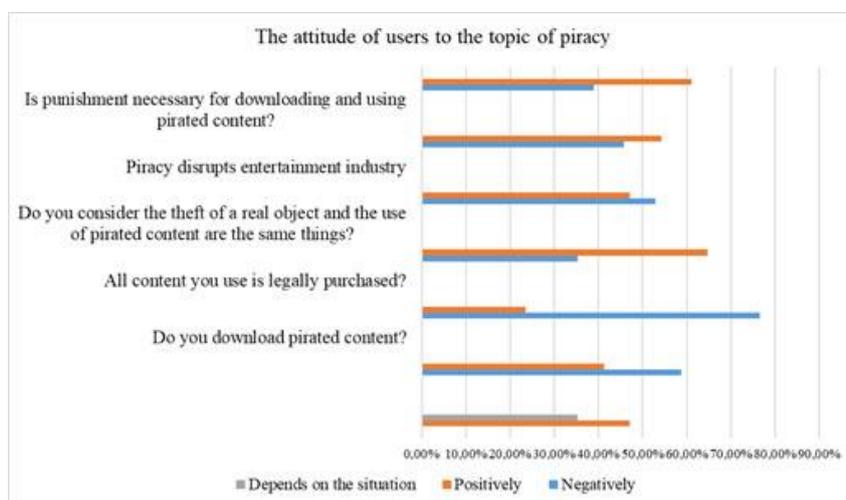


Fig. 1. Online survey results

There were more younger respondents, as this is the most active social group on the Internet. Analyzing the survey data, it can be understood that the largest part of the audience considers the consumption of pirated content acceptable. More than 70 % of respondents use pirated content. 64,7 % of respondents answered positively to the question «Do you use only licensed products?». In addition, 47 % of respondents believe that the theft of a real object and the use of pirated content are the same thing. Furthermore, that 54,2 % of respondents believe that the use of pirated content does

not negatively affect the entertainment industry and consider the punishment for downloading unlicensed content unfair.

According to the survey, the most popular object of illegal downloading from the Internet are movies (50 %). The next most popular object of illegal use is software (47 %). Books and games are not very popular among illegal content downloads. Only 9,5 % of respondents answered that they do not use any of the listed types of pirated content.

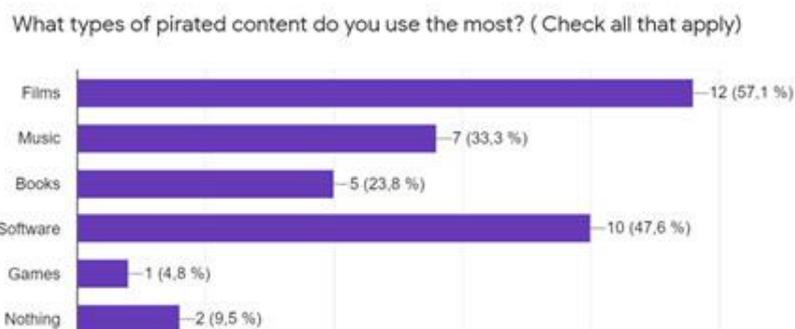


Fig. 2. Online survey results

The most popular answer to the question «Why do you use pirated content?» was the high cost of licensed content (68,8 %). A smaller proportion of respondents said that pirated content is quite common on the web and has easy access to download (37,5). Only 25 % of

respondents believe that the use of content is fine in terms of moral aspects.

Fewer people said that they had not previously thought about the reason for the illegal use of author's content (12,5 %). As a result, the main reason for using pirated content is the high price of licensed content.

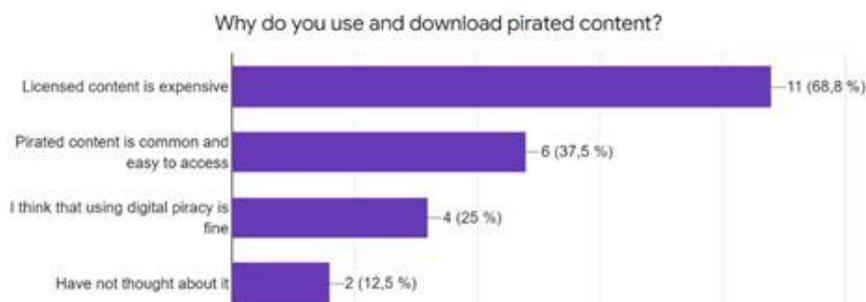


Fig. 3. Online survey results

As for the interview that was conducted with the creator of the media content, it was revealed that music, animation, video content ideas and plots are subject to copyright infringement as people think that stealing digital content is acceptable. Users don't treat digital content the same way they treat physical things. Moreover, copyright infringement is considered as a habit. If people have used illegal content, they will continue to use it. The interviewee believes that people are used to having free access because, unlike physical objects, it is very easy to get digital content. In addition, because there is no direct personal contact with the seller, digital piracy makes it possible to avoid penalties associated with participation in illegal activities. Unfair treatment of digital content is mostly determined by the habit of copying someone else's content, and not by the financial situation. The interviewee also noted that there is no difference in behavior regarding digital piracy in terms of age and social groups. About 65 % of consumers are not aware that piracy is illegal. Despite the fact that recently the adoption of anti-piracy laws has created a powerful legislative framework to combat piracy, content creators understand that piracy cannot be eradicated and copyright will not stop facing problems of ensuring protection. Over the past five years, the pirate market has grown catastrophically fast. The interviewee points out that if the media industry did not face monetary losses, piracy would not be perceived as

a big problem for the industry. However, piracy has a negative impact on the economy, reducing sales in the music and film industries and many other aspects. The study confirmed that economic and moral factors are the cause of unethical behavior of people using pirated content. Media content creators charging money for their developments is the most common reason why people engage in piracy, and this leads to the emergence of pirate websites. Copyright violators don't want to pay for the content that they want to consume, or it is too expensive. Besides that such an unfair attitude towards the creators of digital products poses a threat to the entertainment industry. At the same time, people believe that the use of pirated content does not negatively affect the entertainment industry and consider the punishment for downloading unlicensed content unfair. This opinion is erroneous, many studies indicate that there is a direct relationship between the level of piracy and the volume of sales of licensed content (Pham, Dang, & Nguyen, 2020). Experts in the entertainment industry believe that piracy has a negative effect on the global economy as it reduces sales of entertainment content. Moreover, piracy reduces the incentive to develop a quality product since creators do not want to lose income due to illegal competition. The analysis showed that films are most heavily exposed to illegal consumption. According to the data, pirated copies of films have led to a strong decline in box office sales and even to the loss of jobs in

the industry. The study confirms the fact that the availability of free content influences people's decision not to pay for licensed products. However, economic factors do not explain the reason for the high prevalence of pirated content in digital channels and beyond. According to a study (Pham, Dang, & Nguyen, 2020), there is a high level of illegal downloading in developed countries such as Saudi Arabia, (52 %) Iceland (49 %). Thus, there are also well-to-do people who do not see anything wrong with downloading copyrighted content, which refers to the moral factor. People download illegally, but justify their actions by saying that other people also download illegal content. Despite the fact that recently the adoption of anti-piracy laws has created a powerful legislative framework to combat piracy, content creators understand that piracy cannot be eradicated.

In the age of digital technology, it is impossible to completely eradicate piracy since any security system can be hacked. However, while content creators cannot stop digital piracy, it can be countered. It is necessary to combat the positive attitude of people towards copyright infringement, as the creators of media content suffer from piracy. The most important aspect of the fight is to draw the consumer's attention to the fact that piracy is morally wrong and it is a crime. The participation of government in the issue of copyright infringement is necessary. Much stricter legal sanctions aimed at copyright infringers can significantly stop the growth of piracy. When stricter penalties for the use of pirated content are introduced, the demand for illegal content will decrease, and people's attitudes will change with the time. ■

1. Al-Rafee, S., Cronan, T.P. (2006). Digital Piracy: Factors that Influence Attitude Toward Behavior. *J Bus Ethics* vol. 63, 237–259. Retrieved from: <https://doi.org/10.1007/s10551-005-1902-9>.
2. Arthur S. De Vany, & W. David Walls. (2007). Estimating the Effects of Movie Piracy on Box-office Revenue. *Review of Industrial Organization*, 30(4), 291–301.
3. Cesareo, L. and Pastore, A. (2014), «Consumers' attitude and behavior towards online music piracy and subscription-based services», *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 31 No. 6/7, pp. 515-525. <https://doi.org/10.1108/JCM-07-2014-1070>
4. Dilmeri, A., King, T., & Dennis, C. (2017, March 9). Toward a framework for identifying attitudes and intentions to music acquisition from legal and illegal channels. Wiley Online Library. Retrieved October 25, 2021, from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/mar.20998>.
5. Ponte, L. M. (2008). Coming Attractions: Opportunities and Challenges in Thwarting Global Movie Piracy. *American Business Law Journal*, 45(2), 331–369. <https://doi-org.ezproxy.umgc.edu/10.1111/j.1744-1714.2008.00057.x>
6. Roberto Tietzmann, & Liana Gross Furini. (2016). Sharing without laws: an exploration of social practices and ad hoc labeling standards in online movie piracy. *Internet Policy Review*, ume 5(Issue 2). <https://doi-org.ezproxy.umgc.edu/10.14763/2016.2.416>
7. Trung Pham, Q., Minh Dang, N., & Trung Nguyen, D. (2020). Factors affecting on the digital piracy behavior: An

empirical study in Vietnam. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research*. Retrieved October 25, 2021, from [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-18762020000200108](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-18762020000200108).

8. University of Arkansas (2009, May 11). Research examines factors that influence intention to pirate digital media; people do because they can. *Phys.org*. Retrieved October 25, 2021, from <https://phys.org/news/2009-05-factors-intention-pirate-digital-media.html>.

9. Karaganis, J. (2011) Media Piracy in Emerging Economies. Social Science Research Council. Retrieved October 25, <http://piracy.americanassembly.org/the-report/>

## REFERENCES

Al-Rafee, S., Cronan, T.P. (2006). Digital Piracy: Factors that Influence Attitude Toward Behavior. *J Bus Ethics* vol. 63, 237–259. Retrieved from: <https://doi.org/10.1007/s10551-005-1902-9>.

Arthur S. De Vany, & W. David Walls. (2007). Estimating the Effects of Movie Piracy on Box-office Revenue. *Review of Industrial Organization*, 30(4), 291–301.

Cesareo, L. and Pastore, A. (2014), «Consumers' attitude and behavior towards online music piracy and subscription-based services», *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 31 No. 6/7, pp. 515-525. <https://doi.org/10.1108/JCM-07-2014-1070>

Dilmeri, A., King, T., & Dennis, C. (2017, March 9). Toward a framework for identifying attitudes and intentions to music acquisition from legal and illegal channels. Wiley Online Library. Retrieved October 25, 2021, from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/mar.20998>.

Karaganis, J. (2011) Media Piracy in Emerging Economies. Social Science Research Council. Retrieved October 25, <http://piracy.americanassembly.org/the-report/>

Ponte, L. M. (2008). Coming Attractions: Opportunities and Challenges in Thwarting Global Movie Piracy. *American Business Law Journal*, 45(2), 331–369. <https://doi-org.ezproxy.umgc.edu/10.1111/j.1744-1714.2008.00057.x>

Roberto Tietzmann, & Liana Gross Furini. (2016). Sharing without laws: an exploration of social practices and ad hoc labeling standards in online movie piracy. *Internet Policy Review*, ume 5(Issue 2). <https://doi-org.ezproxy.umgc.edu/10.14763/2016.2.416>

Trung Pham, Q., Minh Dang, N., & Trung Nguyen, D. (2020). Factors affecting on the digital piracy behavior: An empirical study in Vietnam. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research*. Retrieved October 25, 2021, from [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-18762020000200108](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-18762020000200108).

University of Arkansas (2009, May 11). Research examines factors that influence intention to pirate digital media; people do because they can. *Phys.org*. Retrieved October 25, 2021, from <https://phys.org/news/2009-05-factors-intention-pirate-digital-media.html>.

## Отношение людей к пиратскому контенту

© Близнюк Д. А., 2022

В статье рассматривается отношение людей к цифровому пиратству, которое зависит от двух факторов: морального и экономического. Целью статьи является определение причин неэтичного поведения людей в сфере цифрового пиратства с использованием количественных и качественных методов.

*Ключевые слова:* пиратство, цифровые продукты, нелегальный контент

УДК 65.01

## ПРИСВОЕНИЕ ESG-РЕЙТИНГА: НЕОБХОДИМОСТЬ ИЛИ МОДА

© Грошева Н. Б., Грошева Е. К., Болтенков И. А., Фань Сюэцяо., 2022

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В настоящем исследовании проведен анализ нового корпоративного рейтинга — экология, социум, корпоративное управление. Исследованы отдельные компании, получившие рейтинг. Определены основные направления, по которым оцениваются компании. Сделан вывод, что ответственное поведение компаний не обязательно подкрепляется рейтингом.

*Ключевые слова:* ESG-рейтинг, устойчивое развитие, ответственное развитие

**У**стойчивое развитие — это повестка, которую много лет продвигает ООН. Компании должны реализовывать

максимально возможное количество из 17 целей устойчивого развития ООН [1].



Рис. 1. Цели в области устойчивого развития

И западные, и российские компании декларируют следование этим целям, а визуализация соответствия поведения компаний устойчивому развитию выражена через ESG-рейтинг.

Аббревиатуру ESG можно расшифровать как «экология, социальная политика и корпоративное управление». В широком смысле это устойчивое развитие коммерческой деятельности, которое строится на следующих принципах:

- ответственное отношение к окружающей среде (англ., E — environment);
- высокая социальная ответственность (англ., S — social);

- высокое качество корпоративного управления (англ., G — governance).

ESG-повестка становится не только западным, но и российским трендом. Крупные компании приняли политики в области устойчивого развития, банки вводят специальные программы ESG кредитования, иностранные компании получают ESG рейтинг, на основе которого измеряется уровень риска их бизнеса.

Этот рейтинг важен для внешних стейкхолдеров, которые не готовы анализировать отдельные вопросы бизнеса компании, и хотят увидеть единый показатель, характеризующий качество управления основными рисками (экологическими, социальными и корпоративными).

Более того, рейтинг важен для компаний, заинтересованных в привлечении иностранных инвесторов и покупателей (особенно из Европы — именно европейские страны являются лидерами по продвижению ESG практик). В настоящее время и российские банки — такие, как Сбербанк, предлагают «зеленые кредиты», когда компания дает обязательства по достижению определенных параметров в сфере экологии и управления

климатом, а взамен получает более выгодное финансирование. Для банков такие компании — менее рискованные клиенты, а значит и ставка резервирования по ним ниже.

Рейтинги по данному направлению присуждает большое количество экспертов, в том числе в России — это Эксперт РА. Агрегированную информацию можно посмотреть в ряде источников, в том числе один из рейтингов представлен далее [2]:

Таблица 1. Сопоставление рейтингов

Компания	Рейтинг ESG (sustainalytics)	E	S	G
Алроса	36,3	14,7	12,9	8,7
Сбербанк	21,7	2,2	8,2	11,3
Газпром	36,9	14,3	8,9	13,7
Норникель	37,4	20	8,6	8,8
Северсталь	30,6	13,8	9,6	7,2
МТС	23,1	6,5	10,8	5,8
Лукойл	35,4	16,3	10,3	8,8
Роснефть	33,8	14,1	11,3	8,4
Новатек	34,2	17,1	9	8,1
Tencent	22,9	1,9	12,6	8,4
Bank of China	34,7	2,5	17,7	14,5
China Mobile	22,9	4,8	10,4	7,7
Alibaba	28,1	2,3	13,7	12,1
PetroChina	53	22	18	13
China Shenhua Energy Company	32,6	14,4	11,3	6,9
Aluminum Corporation of China	53	23	17	13
CNOOC Limited	42,7	22,1	10,6	10
Yankuang Energy Group Company Limited	47	25	16	6
China Petroleum & Chemical Corporation	53	20	20	13
China Life Insurance Company Limited	27,4	2,9	10,8	13,7

В данной таблице приведены российские и китайские компании, работающие в одних сферах. Если сопоставить компании по уровню экологических рисков, то мы увидим, что компании

в одной отрасли независимо от страновой принадлежности имеют примерно одинаковые рейтинги:

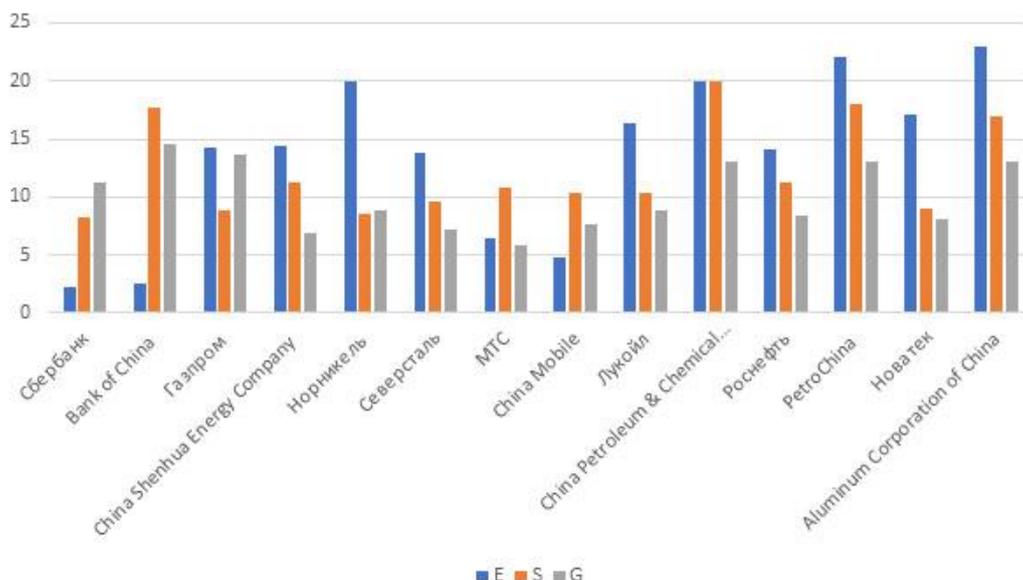


Рис. 2. Сопоставление уровня риска

Если говорить про Иркутскую область, то интересен опыт двух компаний: Иркутской нефтяной компании, пионера в сфере продажи квот на выбросы, последовательно реализующей экологическую повестку, и En+ group.

Группа En+позиционирует себя как лидера по производству низкоуглеродного алюминия и возобновляемой энергии. Преимущество компании — расположение металлургических заводов в Иркутской области, где процесс производства обеспечивается электроэнергией за счет ГЭС.



Рис. 3. Цели устойчивого развития En+ [3]

В сфере E «Environmental» (экология) — это реализация стратегии углеродной нейтральности, работа по снижению углеродного следа, модернизация оборудования, поддержка природных экосистем. Так же компания, строящая и эксплуатирующая ГЭС, работает над сохранением

биоразнообразия, в том числе финансируя научные проекты на озере Байкал.

В сфере S «Social» (социальная политика) компания стремится соблюдать права человека, улучшать условия труда. Данные требования распространяются и на всю цепочку поставок компании. Кроме того, компания взаимодействует и

с территориями присутствия, реализуя отдельные региональные и муниципальные инициативы.

Отдельный блок это G «Governance» (корпоративное управление) — для группы компаний в условиях санкций это важный аспект работы. Они реализуются как через расширение полномочий Совета Директоров, так и во внутренних политиках компании, таких как экологическая политика, политика взаимодействия с заинтересованными сторонами, политики по правам человека и охране труда, антикоррупционная и т.д.

Следует учесть, что En+ реализует свой алюминий на внешних рынках, и вынуждена соответствовать в том числе европейским требованиям.

Иркутская нефтяная компания с 2010 года участвует в продаже квот на выброс парниковых газов за счет того, что ведет максимально экологичный бизнес. У компании были проекты по выпуску «зеленых облигаций», проекты по развитию социальной сферы в муниципалитетах присутствия и компания ведет очень большую социальную работу, как в сфере прямой благотворительности, так и в сфере содействия различным инициативам. В отличие от предыдущей компании ИНК не является публичной, и ее продукция не выставляется напрямую на продажу европейским покупателям, необходимости активно показывать участие в данной повестке у компании нет. Кроме того, поскольку компания имеет доступ к мировым рынкам капитала, она получает финансирование и инвестиции по ставке ниже, чем «зеленые кредиты» ведущих российских банков.

27 января 2022 года состоялось большое мероприятие, на базе Центра «Мой бизнес» на тему «ESG — обязательная сертификация?». На данном мероприятии была проведена дискуссия о необходимости сертификации.

Для нефтяных компаний, таких, как ИНК, такая сертификация будет более чем затратна, поскольку добыча и транспортировка нефти по всей цепочке несет достаточную экологическую нагрузку. Но это не означает, что компания не будет следовать идеологии данной повестки.

Для компаний, которые планируют выходить на внешние рынки, такая сертификация может стать

конкурентным преимуществом, однако следует понимать, что необходимо будет пройти иностранную сертификацию, что требует прохождения специального аудита. ■

---

1. Цели в области устойчивого развития [Электронный ресурс] // ООН: официальный сайт. - Электрон. дан. - URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainabledevelopment-goals/> (дата обращения: 14.12.2021);

2. ESG-research [Электронный ресурс] // SustainAnalytics: официальный сайт. - Электрон. дан. - URL: <https://www.sustainalytics.com/> (дата обращения: 25.12.2021)

3. Устойчивое развитие [Электронный ресурс] // En+ Group: официальный сайт. - Электрон. дан. - URL: <https://enplusgroup.com/ru/sustainability/> (дата обращения: 02.12.2021)

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

ESG-research [Электронный ресурс] // SustainAnalytics: официальный сайт. - Электрон. дан. - URL: <https://www.sustainalytics.com/> (дата обращения: 25.12.2021)

Устойчивое развитие [Электронный ресурс] // En+ Group: официальный сайт. - Электрон. дан. - URL: <https://enplusgroup.com/ru/sustainability/> (дата обращения: 02.12.2021)

Цели в области устойчивого развития [Электронный ресурс] // ООН: официальный сайт. - Электрон. дан. - URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainabledevelopment-goals/> (дата обращения: 14.12.2021);

---

#### ESG-rating: necessity or fashion

© Boltenev I., Grosheva E., Grosheva N., Fan Xueqiao, 2022

This study analyzes a new corporate rating — ecology, society, corporate governance. The individual companies that received the rating were studied. The main directions in which companies are evaluated are determined. It is concluded that the responsible behavior of companies is not necessarily supported by the rating.

Keywords: ESG-rating, responsible and sustainable development

---

УДК 65.012

## АКТУАЛЬНОСТЬ И ПРОБЛЕМАТИКА ВНЕДРЕНИЯ БИРЮЗОВОЙ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ НА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

© Винниченко М. А., 2022

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данный момент перед руководителями многих организаций становится вопрос о выборе наиболее правильной системы управления и работы с людьми внутри компании. Старые формы организации становятся устаревшими в современное время, а бирюзовое мышление может привести фирму к наиболее эффективным промежуточным и конечным результатам, а также избежать потерь как в производительности, так и в молодых сотрудниках, которых может не устроить текущая система

организации работы внутри компании в связи с другими личностными принципами мышления, ценностями и желаниями. В статье рассматривается характеристика бирюзовой организации, актуальность и проблематика её внедрения на современных предприятиях.

*Ключевые слова:* бирюзовая организация, парадигма, самоорганизация, самоуправление, предприятие, ценности, целостность

Долгое время парадигмы управления внутри предприятий проходили разностороннюю трансформацию, впитывая в себя большое количество разнообразных как внешних, так и внутренних факторов.

Начиная с первобытного времени уже существовали некие организационные модели, которые так или иначе отображались на поведении, продуктивности, мышлении и жизненных процессах участников, находившихся внутри подобных коллективов. Такие способы объединения усилий

людей с каждым веком становились более совершенными и продуманными. Пройдя сквозь красную и импульсивную, янтарную и конформистскую, оранжевую и конкурентную, зеленую и плюралистическую, предприятия по всему миру постепенно пришли к новой (но не конечной) эволюционной форме организации — бирюзовой. На рис. 1 и рис. 2 для полного понимания иллюстрационно и схематически изображено все вышесказанное [1].



Рис. 1. Стадии организации из иллюстрированной книги Фредерика Лалу «Открывая организации будущего»

В общих чертах бирюзовая организация — это такая организация, где личность человека, хорошие отношения в коллективе и служение общим ценностям являются наиболее важными аспектами. В подобного рода организациях нет традиционного совета директоров, выраженных руководителей, явных собраний и вертикального управления. Все сотрудники руководствуются глобальной целью, прозрачностью деятельности по отношению к коллегам и компании, они ответственны, проявляют чуткость к другим и гибки в своих обязанностях. Для работников характерно изменение вида деятельности, если же это необходимо, полезно для компании или же человеку просто хочется попробовать себя в чём-то новом. Например,

разрешается одну неделю выполнять определенную роль в одном проекте, а на следующей неделе заняться в другом проекте другим занятием, что обеспечивает не только лояльность сотрудника, но и приобретение ним различных навыков, которые будут полезны для него в будущем в случае изменения места работы.

Еще несколько характерных черт, которые стоит упомянуть для большего понимания бирюзовых организаций, это отсутствие выраженного дресс-кода, четкого расписания и плана действий. Кроме того, сотрудник всегда может отвлечься на то, чтобы забрать ребенка со школы, уйти по важному семейному делу или пораньше отпроситься с работы по любой другой уважительной причине, ведь в

коллективе преобладает доверие и понимание, а также личностная ответственность перед компанией. Коллеги отлично понимают, что чаще всего от их объема выполненной работы, от качества и своевременности зависит работа другого человека, отдела, а возможно и целой организации, поэтому он вполне может доделать часть проекта внеурочно поздно вечером.

Помимо вышеперечисленного в бирюзовой организации практически отсутствует строгая отчетность по выполненной работе. На предприятиях по всему миру тратится огромное количество времени на выполнение недельной, месячной, годовой отчетности. Подобного рода деятельность утомляет, забирает силы и отвлекает от по-настоящему важных задач [2].

Что касается ответственности, а также наказания за какие-либо проступки, то работники могут самостоятельно принимать решения, которые касаются клиентов, оплаты за проекты, а также других вещей, которые так или иначе касаются отразятся на оперативном, тактическом и стратегическом будущем организации. Штрафов как таковых в бирюзовой организации не предполагается, ведь это в большинстве своем устаревшие методы воздействия на продуктивность штатных сотрудников [3].

Для многих людей, от скептиков до реалистов, бирюзовая форма организации кажется чем-то утопическим, длительность подобного метода

управления скоротечной, а люди, которые работают внутри такой организации, считаются лентяями и безответственными сотрудниками, не способными адекватно работать без кнута и пряника. Подобного рода размышления характерны для более старшего поколения, ведь у них давно сформировались устоявшиеся принципы поведения на подобии «начальник-подчиненный». Но, как говорит автор передовой книги о бирюзовых организациях «Открывая организацию будущего» Фредерик Лалу: «Бирюзовый стиль управления — это не про хаос и отсутствие регламентов. Это отказ от стереотипа, что каждый человек обязательно ленив и не способен делать хорошие вещи без постоянного надзора. Ну а «примерить» эту идею на рабочий процесс можно разными способами». Здесь же невозможно не согласиться с автором, ведь порой именно стереотипы в большинстве своем мешают перспективным компаниям двигаться дальше.

В сегодняшнее время уже появляется огромное количество предпосылок к пуску не полному, но частичному введению бирюзовой формы организации на большом количестве современных предприятий. В обществе все чаще обсуждаются успешные примеры применения принципов самоуправления, самоорганизации и следования общей цели, где сотрудники чувствуют себя кем-то значимым, чем болтик в огромной машине, которая работает для блага высшего общества.

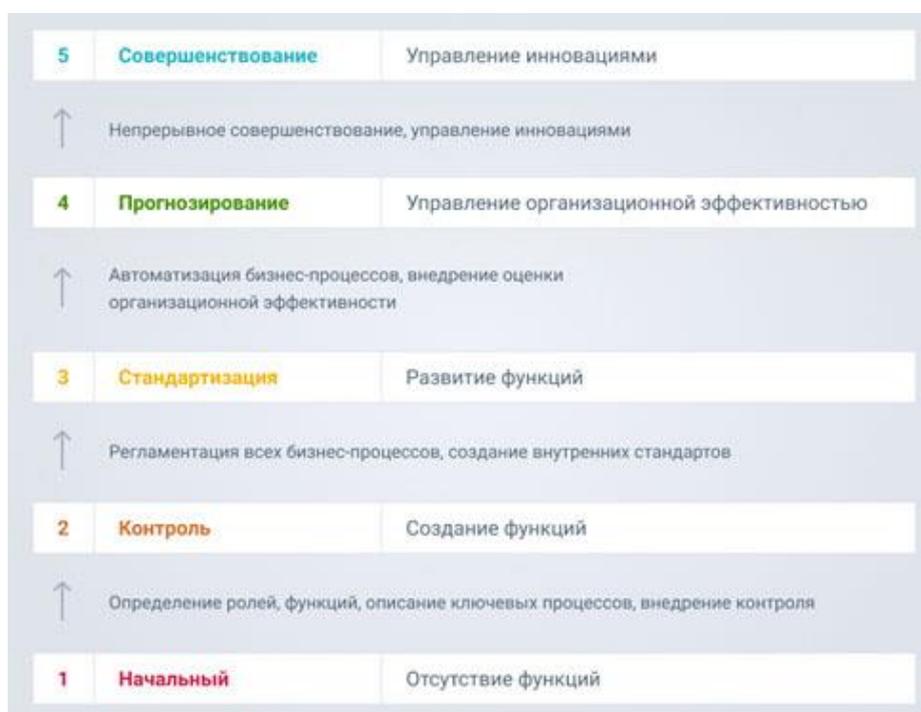


Рис. 2. Схематическое отображение прохождения компаниями основных этапов стадий организаций исходя из теории разноцветных организаций

Наиболее подходящими примерами предприятий, где эволюционная парадигма сыграла огромную роль, являются творческие организации и коллективы, где создаются масштабные

дизайнерские и фотопроекты, пишутся интересные продающие тексты и т.д. В подобных предприятиях нет места для должностных инструкций и раннего прихода в офис. Работникам дается свобода

действий и свободный график, а они в ответ показывают отличные результаты.

Возвращаясь к проблемам, которые могут возникнуть на разных стадиях внедрения нового метода ведения бизнеса, можно сказать, что их будет намного больше, чем при каком-либо другом существенном изменении внутриорганизационного строя. Это связано с тем, что бирюзовая форма организации требует изменения порядка мышления у многих людей. Подобные процессы всегда встречаются противостояния со стороны участников с традиционным типом мышления, людей старой закалки, а также существует мнение, что чем выше среднесписочный возраст сотрудников в компании, тем сложнее будет донести необходимость и пользу от бирюзовой парадигмы, но это совсем не причина для того, чтобы сдаваться и работать по неподходящим принципам и следовать устаревшим управленческим процессам из прошлых веков. Примерами таких методов могут являться жесткие трудовые договоры и обязательства, штрафы за опоздания, планерки и шаблонные отчеты. Подобные устаревшие методы управления и контроля могут привести к потере мотивации, желанию трудиться эффективно и результативно, а возможно и вовсе к текучке кадров и потере молодого гибкого персонала.

Вслед за пониманием необходимости введения бирюзового способа объединения усилий, приходит необходимость разобраться с новыми понятиями, как целостность, внутреннее консультирование и самоорганизация. На этом этапе начинают возникать более явные возражения, недопонимания и противоречия. Принцип самоорганизации может начать трактоваться как «делаю то, что хочу, мы ведь бирюзовая организация». На этом моменте руководитель должен уже сформировать конечное четкое представление своей организации и направить сотрудников в правильном направлении. Конечно, есть шанс, что некоторые работники предпочтут уволиться, но подобное нужно будет принять спокойно и без разочарования, а даже поблагодарить их за смелость и за работу.

К проблемам, которые также могут возникнуть, можно добавить дискомфорт от отсутствия явного обозначенного менеджера. Работникам придется быть менеджерами самим себе. Чтобы сгладить недопонимание в этом плане, нужно приводить правильные примеры применения новой стратегии организации, а затем на основании реальных кейсов вводить существенные изменения, чтобы работники внутри организации как можно быстрее влились в новый строй, а также определили для себя плюсы такого нововведения. Например, выбрать несколько проектов, где один будет традиционно вести менеджер с вертикальной организацией труда, а второй отдать под самоуправление и самоконтроль, но с небольшим косвенным контролем. Такая ситуация поможет сотрудникам лучше прочувствовать создаваемую ценность доверия и поддержки.

К вышеперечисленным проблемам в понимании между сотрудниками и выбранной парадигмой, существуют проблемы, которые касаются напрямую основателей компании, директоров и топ-менеджеров. Проблема эта заключается в том, что бирюзовая форма организации является новой для всех в сфере бизнеса, ведь о ней начали полноценно узнавать только с 2014 года. Это значит, что даже если руководящий состав считает, что они знакомы со всеми возможными нюансами, то не всегда подобное утверждение верно. Парадигма и принципы внутри неё развиваются, doskonaльных решений пока что не придумано, но руководству нужно всегда держать руку на пульсе и также принимать участие в развитии и собственном понимании всех деталей.

Для подтверждения необходимости и правильности перехода на бирюзовую форму управления, можно привести примеры успешного существования этой парадигмы внутри следующих известных иностранных организаций: «Buurtzorg» (как наиболее успешный и признанный кейс), «Valve», «Patagonia», «FAVI», «Holacracy», «Morning Star», «Sun Hidraulics» и другие [4].

В России также есть компании, которые плавно отошли от зеленой парадигмы, где большое количество усилий уходило на корпоративные мероприятия, тренинги и командные сплочения, такими компаниями являются «Точка Банк», «ВкусВилл», «Аскона», «Mindbox», «Рокро», «Экспедиция». В тестовом режиме в своих отделах некоторые принципы «бирюзовости» на себе применяет «2GIS», «Сбербанк» и «Райффайзенбанк», понимая, что для применения новой формы организации требуется большое количество тестирований, проб и ошибок [5].

В заключении можно отметить, что бирюзовые организации — это не панацея в решении всех проблем, которые могут возникать в процессе управления. Это сложная парадигма, которая опирается на людей, на их мышление, степень доверия к друг другу и внешнему миру. На этапе принятия «бирюзовости» может возникнуть большое количество трудностей, но пройдя их, будет возможность построить нечто большее, чем обычная современная организация, ведь уже существуют успешные кейсы применения по всему миру. ■

---

1. Бирюзовые организации все о тренде и что почитать [Электронный ресурс] // Издательство «МИФ» — Электрон. дан. — 2022.— URL: <https://www.mann-ivanov-ferber.ru/teal-organization/> (дата обращения: 09.01.2022)

2. Бирюзовые организации: принципы, управление [Электронный ресурс] // Ассоциация Бизнес-репетитор — Электрон. дан. — 2022.— <https://biznes-repetitor.ru/stati/biznes/biryuzovye-organizatsii/> (дата обращения: 09.01.2022)

3. Бирюзовые организации: разбираемся в понятиях [Электронный ресурс] // Интернет издание о бизнесе,

стартапах, инновациях, маркетинге и технологиях VC.RU — Электрон. дан. — 2018.— URL: <https://vc.ru/future/49613-biryuzovye-organizacii-razbiraemsa-v-ponyatiiyah> (дата обращения: 09.01.2022)

4. «Бирюзовые организации»: что это такое и правда ли, что за ними будущее? [Электронный ресурс] // Новый бизнес. Социальное предпринимательство — Электрон. дан. — 2021.— URL: <http://nb-forum.ru/useful/biryuzovie-organizatsii-cto-eto-takoe-i-pravda-li-cto-za-nimi-buduschee> (дата обращения: 09.01.2022)

5. Кейсы бирюзовых организаций в России [Электронный ресурс] // Максим Цепков — Электрон. дан. — 2019. — URL: [https://mtsepkov.org/Кейсы\\_бирюзовых\\_организаций\\_в\\_России](https://mtsepkov.org/Кейсы_бирюзовых_организаций_в_России) (дата обращения: 09.01.2022)

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

«Бирюзовые организации»: что это такое и правда ли, что за ними будущее? [Электронный ресурс] // Новый бизнес. Социальное предпринимательство — Электрон. дан. — 2021.— URL: <http://nb-forum.ru/useful/biryuzovie-organizatsii-cto-eto-takoe-i-pravda-li-cto-za-nimi-buduschee> (дата обращения: 09.01.2022)

Бирюзовые организации все о тренде и что почитать [Электронный ресурс] // Издательство «МИФ» — Электрон. дан. — 2022.— URL: <https://www.mann-ivanov-ferber.ru/teal-organization/> (дата обращения: 09.01.2022)

Бирюзовые организации: принципы, управление [Электронный ресурс] // Ассоциация Бизнес-репетитор — Электрон. дан. — 2022.— URL: <https://biznes-repetitor.ru/stati/biznes/biryuzovye-organizatsii/> (дата обращения: 09.01.2022)

Бирюзовые организации: разбираемся в понятиях [Электронный ресурс] // Интернет издание о бизнесе, стартапах, инновациях, маркетинге и технологиях VC.RU — Электрон. дан. — 2018.— URL: <https://vc.ru/future/49613-biryuzovye-organizacii-razbiraemsa-v-ponyatiiyah> (дата обращения: 09.01.2022)

Кейсы бирюзовых организаций в России [Электронный ресурс] // Максим Цепков — Электрон. дан. — 2019. — URL: [https://mtsepkov.org/Кейсы\\_бирюзовых\\_организаций\\_в\\_России](https://mtsepkov.org/Кейсы_бирюзовых_организаций_в_России) (дата обращения: 09.01.2022)

#### The relevance and problems of implementing the turquoise form of organization in modern enterprises

© Vinnichenko M., 2022

At this point, many organizational leaders are faced with the question of choosing the most appropriate management system and working with people within the organization. Old forms of organization become obsolete in modern times, and turquoise management can lead the firm to the most effective intermediate and final results, as well as avoid loss both in productivity and in young employees, who may not be satisfied with the current system of work organization within the company due to different principles of thinking, values and desires. The article deals with the characteristics of turquoise organization, the relevance and problems of its implementation in modern enterprises.

*Keywords:* turquoise organization, paradigm, self-organization, self-management, enterprise, values, integrity

УДК 802.0

## ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ИГРЫ ПРИ ОБУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ ЦЕЛЕЙ: ПРИНЦИПЫ СОСТАВЛЕНИЯ ВОПРОСОВ ВИКТОРИН

© Домышева С. А., Копылова Н. В., 2022

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Данная статья посвящена интеллектуальным играм как одной из форм реализации геймификации на занятиях по английскому языку для специальных целей. Описываются два популярных формата викторин, «Kahoot!» и «Jeopardy», и опыт их внедрения в аудиторную работу и внеаудиторные виды деятельности в рамках нескольких языковых программ. Анализируются основные принципы создания образовательного контента викторин с учетом контингента обучающихся, уровня сложности программ, целей и задач игры. Составление вопросов и заданий викторин рассматривается как важнейший этап, от которого зависит успешность их проведения и эффективность изучения материала, а также углубления и расширения знаний по теме или дисциплине в целом.

*Ключевые слова:* интеллектуальные игры, викторины, геймификация, английский язык для специальных целей, подходы к созданию контента, «Kahoot!», «Jeopardy»

**В**данной статье описывается опыт оптимизации учебного процесса с помощью проведения интеллектуальных игр в рамках обучения английскому языку для специальных целей.

Цель исследования — рассмотреть основные принципы, которыми необходимо руководствоваться при планировании и создании

интеллектуальных игр для достижения максимальной эффективности процесса обучения. Основываясь на многолетнем опыте работы с различными формами интеллектуальных игр на английском языке, авторы описывают подходы к созданию контента игры (вопросов викторин) с учетом особенностей последующего проведения мероприятия в целом.

Эффективность интеллектуальных игр в образовательном процессе, и в том числе, при обучении иностранным языкам, неоднократно отмечалась в педагогическом сообществе. В современных исследованиях последних десятилетий можно заметить устойчивый интерес к интеллектуальным играм [1; 2; 3; 4; 5]. Этот интерес резко возрос с динамичным развитием новых технологий и с появлением в последние годы большого разнообразия онлайн-платформ. Открывшиеся возможности и необходимость быстро адаптироваться к особенностям удаленного обучения в условиях пандемии привели к качественным изменениям в образовательных технологиях. Перемены затронули и интеллектуальные игры, что отразилось в трудах по методике преподавания различных дисциплин, включая иностранный язык.

Интеллектуальная игра характеризуется как форма, прием, метод, средство обучения [5; 6], как образовательная технология [7] или ее компонент [8; 9], а также как часть процесса геймификации [10]. Однако, при отсутствии единого мнения относительно статуса интеллектуальной игры, несомненна ее популярность, так как к ней обращаются преподаватели разных дисциплин и уровней образования [6; 9; 11; 12] Это позволяет говорить об интеллектуальной игре как о разноплановом педагогическом явлении, требующем детального изучения.

Немаловажным для исследования предстает обобщение соответствующего практического опыта. Рассматриваемая в различных контекстах и с разных позиций, интеллектуальная игра, на наш взгляд, недостаточно исследована на стадии ее создания, хотя успешность этой формы геймификации во многом определяется именно грамотно подобранным содержанием. В данной статье авторы восполняют этот пробел, описывая на основе своего опыта особенности подготовительного этапа викторин и их использования в языковых занятиях и мероприятиях. Этим обусловлена актуальность нашего исследования. Кроме того, наличие в свободном доступе на базе онлайн-платформ викторин, в которых составителями допущены языковые и фактические ошибки либо неточности и не продуман ход игры, также заставляет задуматься о необходимости изучения данного вопроса.

Интеллектуальные игры различаются по виду и объему контента, формату, характеру взаимодействия участников, степени их вовлеченности, а также по многим другим факторам. Наиболее обширной и популярной категорией интеллектуальных игр является викторина. При всем разнообразии викторин их связывает тот факт, что участники соревнуются, отвечая на вопросы, обычно в рамках заданной темы или дисциплины. Викторина — это, безусловно, лишь одна из возможных форм реализации процесса геймификации. Вслед за С.В. Титовой и К.В.

Чикризовой, обобщивших традиционные и современные научные представления о геймификации, мы принимаем в качестве рабочего определения геймификации следующее: это «интеграция элементов игры, игровых технологий и игрового дизайна в процесс обучения, которая способствует качественному изменению способа организации учебного процесса и приводит к повышению уровня мотивации, вовлеченности обучающихся, активизации их внимания и концентрации при решении учебных задач» [10, с. 137]. В данной статье интеллектуальная игра рассматривается как особая учебно-познавательная деятельность, инкорпорированная в занятия по английскому языку для специальных целей (менеджмент, деловое и профессиональное общение, академические цели) с различными категориями обучающихся — со школьниками старших классов, участвующими в профориентационных мероприятиях, со студентами уровня бакалавриата и уровня магистратуры, а также со слушателями программ переподготовки и дополнительного профессионального образования. Разнообразие контингента участников игр и наш положительный опыт использования геймификации в нескольких программах по английскому языку для специальных целей лишь подтверждают востребованность викторины на разных этапах обучения и при разном содержании.

В условиях возрастающей цифровизации образования происходит постоянная разработка и внедрение обучающих платформ, приложений, программ, активно используемых в проведении интеллектуальных игр на иностранном языке. В данной статье будут рассмотрены принципы создания викторин на базе игровой платформы «Kahoot!» (с 2017 года представленной также в виде онлайн-приложения) и в формате игры-викторины «Jeopardy», созданной в программе Microsoft PowerPoint на основе одноименного американского телешоу. Такие игры можно создавать на основе разного учебного материала, в том числе для проверки знания лексики, грамматики, лингво- и социокультурных знаний, знаний в предметных областях, общего кругозора, и т.д.

Прежде чем рассмотреть принципы разработки содержания викторин, необходимо кратко описать особенности использования вышеуказанных форматов викторин в образовательном процессе.

Платформа «Kahoot!» позволяет создавать и проводить интерактивные викторины по любой теме, в зависимости от целей и задач обучения. В бесплатной версии можно создавать викторины, используя следующие типы вопросов — вопросы с множественным выбором одного правильного ответа (single select), вопросы с множественным выбором нескольких правильных ответов (multi-select), вопросы с альтернативным выбором готового ответа, предусматривающие наличие двух вариантов ответа, только один из которых может быть правильным (true or false). Платный пакет

имеет расширенный функционал, который мы не будем рассматривать в данной статье. При создании викторин можно составлять свои собственные вопросы или пользоваться готовыми викторинами, составленными другими пользователями платформы и находящиеся в свободном доступе в библиотеке ресурса. Можно также редактировать викторины из библиотеки, адаптируя их под свои задачи. Следует отметить, что, поскольку викторины могут быть добавлены любым зарегистрированным пользователем, рекомендуется тщательно проверять правильность формулировок вопросов и ответов, как в содержательном, так и в языковом плане. Технические возможности платформы позволяют создавать вопросы, используя изображения, в том числе GIF-изображения, графики и таблицы, видео- и аудиофайлы. Можно также устанавливать время, в течение которого должен быть дан ответ на вопрос (от 5 секунд до 4 минут).

Отвечая на вопросы в «Kahoot!», обучающиеся могут использовать любое устройство (ноутбук, планшет, смартфон), которое должно быть подключено к Интернету. Демонстрация вопросов производится на общем экране (в этих целях может использоваться проектор, интерактивная доска, монитор компьютера или экран, передаваемый виртуально, например, через Zoom, Microsoft Teams и другие платформы, во время дистанционного занятия). За каждый правильный ответ начисляются баллы, при этом чем быстрее был дан ответ, тем больше баллов можно заработать. Проводить викторины можно в двух форматах: в классическом, индивидуально, формате (Player vs Player) и в командном формате, при этом можно играть либо с одного устройства (Shared Devices), либо с разных устройств (Personal Devices). Можно также задать викторину в качестве домашнего задания.

Викторины в формате «Jeopardy» удобнее всего создавать в программе Microsoft PowerPoint. Это можно сделать вручную, используя онлайн-руководства (например, <https://www.ispringsolutions.com/blog/how-to-make-a-jeopardy-game-in-powerpoint>) или используя готовые шаблоны (например, <https://www.youthdownloads.com/games/jeopardy-powerpoint-template/>). При создании викторин можно использовать изображения, в том числе с анимацией, аудио- и видеофайлы.

Есть разные способы адаптировать оригинальную телеигру «Jeopardy» для использования в учебном процессе. На наших занятиях мы проводим эту игру следующим образом. При создании игры выбираются 5 или 6 категорий вопросов, и внутри каждой категории вопросы ранжируются по степени сложности (обычно от 1 до 5). Каждому уровню сложности соответствует определенная сумма баллов (которую можно выразить и в денежном эквиваленте, например, от 100 до 500 долларов). В отличие от оригинального американского телешоу, в котором

задания сформулированы в виде утверждений, на которые участники должны ответить в виде вопроса (например, задание «This 'Father of Our Country' didn't really chop down a cherry tree» предполагает ответ «Who is/was George Washington?»), при создании викторин для занятий задания лучше формулировать как вопросы либо как утверждения, после которых идет вопрос или императив наподобие «Name this \_\_\_\_\_», а ответы не нужно давать в виде вопросительных предложений (то есть как в русскоязычной версии телешоу, транслируемом под названием «Своя игра»).

В отличие от оригинальной игры, в которой участвуют три игрока, на занятиях целесообразно проводить игру в командном формате. Группу студентов можно разделить на две или три команды, в зависимости от количества студентов. Каждая команда придумывает себе название и выбирает капитана, в обязанности которого входит выбор вопроса (согласованно с остальными членами команды) и выбор версии ответа (при расхождении мнений членов команды). Команды выбирают вопросы по очереди, а не на скорость, как это происходит в телешоу. В таких условиях каждая команда имеет возможность обсудить вариант ответа в течение заданного для этого периода времени (обычно 30 секунд). При правильном ответе игроки получают количество баллов, соответствующее выбранному вопросу. При неправильном ответе команда не теряет баллы, как это происходит в телеигре. Это позволяет сделать игру менее напряженной для участников. При ошибке одной команды другая команда/другие команды могут попытаться дать свой ответ и заработать баллы.

Следует также отметить, что викторина имеет один раунд (в отличие от телешоу, где их три), в силу измененных условий проведения игры и временных ограничений. Тем не менее, если позволяет время, можно включить в игру второй раунд (называемый «Final Jeopardy!» в оригинальной викторине), в котором всем участникам предлагается одинаковый вопрос, на который они должны ответить. Перед демонстрацией вопроса команды должны сделать ставки, что позволит командам увеличить количество набранных баллов в случае правильного ответа.

Два вышеприведенных формата интеллектуальных игр обладают большим дидактическим потенциалом как по разнообразию содержания, так и по вариативности способов проведения. Их гибкость и адаптивность позволяет создавать множество версий игр, подстраивая их под ту или иную аудиторию и конкретную учебную ситуацию.

Так, один и тот же контент игры «Kahoot!» может быть при необходимости усложнен с помощью быстрой замены самых простых вопросов заданиями, требующими более глубоких знаний, и наоборот. Аналогично в «Jeopardy» можно как

добавлять категорию (пройденную тему, которую преподаватель считает нужным включить в материалы игры), так и по необходимости заменять ее на другую. Вопрос можно упростить, предоставив варианты ответов или иные подсказки, либо усложнить, сделав его открытым. Как уже говорилось выше, содержание викторин может меняться и с помощью добавления файлов мультимедиа — изображений (возможно в обеих викторинах), а также видео и звуков (возможно в «Jeopardy»), что облегчает восприятие контента и делает игру более динамичной и увлекательной. Наглядность является важной для всех категорий обучающихся, однако для школьников старших классов и студентов 1 курса она имеет больший практический смысл.

Что касается способов проведения, то в «Jeopardy», как уже отмечалось выше, может участвовать разное количество команд или даже индивидуальных игроков в зависимости от размера учебной группы. Если группа состоит всего из трех-четырех обучающихся, то «Jeopardy» допустимо проводить и в удаленном режиме, и тогда функции команды выполняет один индивидуальный игрок. В основном, однако, эта викторина эффективна именно при очном проведении. Некоторые вопросы/задания могут подразумевать разную вовлеченность участников (к примеру, какой-либо вопрос может быть исключительно для лидера (капитана) команды, от ответа которого будет зависеть, получит ли вся команда балл). «Kahoot!», напомним, легко проводится как в очном, так и в дистанционном формате, как аудиторная, внеаудиторная, а также домашняя и самостоятельная работа. Это лишь некоторые примеры, демонстрирующие, сколько игр может быть создано на основе всего двух оболочек викторин.

Как отмечают С.В. Титова и К.В. Чикризова [10, с. 138], психологическим основанием и главной целью внедрения геймификации в процесс обучения является «повышение вовлеченности учащихся в процесс обучения без их собственного осознания данного факта», с тем, чтобы в конечном итоге улучшить показатели их успеваемости. С нашей точки зрения, при проведении интеллектуальных игр в формате викторины решается ряд задач, среди которых можно выделить следующие:

- совершенствование знаний, навыков и умений, полученных на занятиях по иностранному языку;
- проверка уровня знаний обучающихся без свойственного привычным формам тестирования психологического напряжения;
- повышение учебной мотивации и интереса к изучению иностранного языка, а также дисциплины специализации;
- расширение кругозора обучающихся;
- развитие логики, критического мышления, памяти, внимания, сообразительности.

Рассмотрим, каким образом при составлении вопросов викторины и при ее проведении учитываются дидактические принципы, которые реализуются в процессе геймификации: принцип наглядности; принцип сознательности и активности обучаемых; принцип последовательности и систематичности; принцип индивидуализации обучения; принцип доступности и посильности; принцип прочности [10, с. 142].

Принцип наглядности является одним из важнейших принципов при составлении вопросов викторин. Во-первых, красочный, яркий интерфейс викторины и ее мультимедийная форма способствуют повышению учебной мотивации обучающихся. Современные школьники и студенты, представители так называемого «цифрового поколения» («digital natives»), выросли в среде цифровых устройств, Интернета и видеоигр, что определенным образом повлияло на их восприятие информации.

Во-вторых, использование визуализации позволяет быстро и эффективно проверить знание лексики из различных областей (за исключением абстрактных понятий), а также закрепить взаимосвязь между зрительным образом и словом. Так, в «Kahoot!» можно составлять викторины, используя исключительно изображения различных объектов окружающего мира (животные, виды транспорта, одежда, предметы быта, природные объекты, и т.д.). Аналогичный подход можно использовать и при составлении вопросов для «Jeopardy», выделив для таких вопросов отдельную категорию. Кроме того, в «Jeopardy» можно использовать изображения для иллюстрации правильных ответов. Например, если вопрос был о каком-то человеке, можно, помимо имени этого человека, разместить на слайде его портрет/фотографию. Такой прием имеет обучающую функцию и позволяет расширить кругозор обучающихся и закрепить их знания по теме.

В-третьих, использование визуальных образов в вопросах по грамматике служит опорой для лучшего понимания вопроса на начальном этапе обучения. Такую наглядность можно использовать в вопросах, где нужно заполнить пропуск в предложении правильной грамматической формой. Изображение может иллюстрировать значение какого-либо слова, которое, по мнению преподавателя, может вызвать затруднения у обучающихся. Например, если в задании используется словосочетание 'sign a contract', и нужно поставить глагол из этого словосочетания в правильную грамматическую форму, можно проиллюстрировать значение этого словосочетания при помощи изображения.

Реализация принципа сознательности и активности предполагает осмысленное и целенаправленное обучение со стороны обучающихся. В ходе проведения викторины они четко понимают цели данного вида учебной деятельности и принимают в нем активное участие.

Они могут самостоятельно оценивать свою работу и работу других участников викторины. Так, в «Kahoot!» после каждого ответа участники могут видеть то количество баллов, которое они набрали, а на общем табло можно видеть результаты пяти лучших игроков. В «Jeopardy» каждая команда также может контролировать свои результаты: подсчет очков осуществляется ведущим на доске. Если викторина проводится в командном формате, это способствует повышению осознанного взаимодействия между участниками игры и активной групповой вовлеченности в учебный процесс. Кроме того, в ходе игры обучающиеся имеют возможность мгновенно получить обратную связь со стороны преподавателя. В паузах между вопросами преподаватель может прокомментировать, почему тот или иной вариант ответа является правильным, и объяснить сделанные ошибки, не акцентируя внимание на том, кто совершил эти ошибки.

Следует также отметить, что составление своих собственных викторин в «Kahoot!» может использоваться в качестве задания для самостоятельной работы (индивидуальной или групповой), особенно на более продвинутых ступенях обучения. В этом случае студенты еще более активно и осознанно вовлечены в процесс обучения и могут проявить свой творческий потенциал. Они самостоятельно организуют процесс создания викторины, а преподаватель дает рекомендации и контролирует процесс работы. Кроме того, при проведении викторины студенты имеют возможность развивать навыки публичного выступления, что является немаловажной частью профессионального образования.

Принцип последовательности и систематичности применяется в рассматриваемых нами викторинах по-разному. В «Kahoot!» вопросы могут постепенно усложняться, от самого простого к самому сложному. Тем не менее, это не является обязательным условием составления викторины и зависит от учебного материала. В «Jeopardy» все вопросы необходимо ранжировать по уровню сложности, от 1 до 5. При этом команды сами определяют уровень сложности вопроса, на который они хотят ответить, что означает отсутствие линейной последовательности вопросов. В зависимости от выбранной стратегии, команды могут начать с самых простых вопросов, хотя, исходя из нашего опыта, самые простые вопросы выбираются в конце игры, после того как были выбраны все более сложные вопросы, за которые можно заработать больше баллов.

Принцип индивидуализации обучения призван учитывать индивидуальные психологические особенности обучающихся и создавать оптимальные условия для реализации потенциальных возможностей каждого из них. Традиционно благоприятные возможности для реализации данного принципа создаются благодаря работе в небольших группах либо сочетанию

индивидуальной и групповой форм взаимодействия участников учебного процесса. Преломляя основы данного подхода к нашей теме, отметим следующее.

В «Jeopardy» сочетание индивидуальной и коллективной ответственности в командной игре предполагает, что каждый обучающийся, принимающий участие в обсуждении вопросов и заданий, вносит свою лепту в успех команды в целом, применяя свои знания в определенной области. Таким образом, более сильные студенты получают возможность актуализировать свои знания и углубить их, а более слабые студенты, менее активно участвуя в мозговом штурме, могут тем не менее усваивать полезную информацию. Преподаватель вправе скорректировать игру, оговорив условие, при котором каждый участник команды будет вовлечен в выполнение посильного задания. Например, можно обязать каждого участника выбрать категорию и сложность и предоставить ответ без помощи и подсказок команды хотя бы один раз за игру. При этом слабые студенты, вероятно, выберут ту категорию, материалом которой они наиболее уверенно владеют, и сложность уровня 1–2.

В викторинах «Kahoot!» принцип индивидуализации реализуется в меньшей мере. При очном проведении важна скорость выбора ответа, и при этом не учитываются индивидуальные особенности игроков. В результате те участники, которым нужно больше времени на обдумывание, находятся в невыгодном положении. Некоторые из таких обучающихся предпочитают другие виды игровой деятельности. Вместе с тем фактор тревожности несколько снижается благодаря тому, что на общем табло не отражается, кто именно и в чем совершил ошибку. Соответственно, как уже отмечалось выше, каждый участник сразу видит свои результаты, которые при этом скрыты от остальных игроков. Ведущий комментирует правильные и неверные варианты ответов, при необходимости дополнительно объясняя материал. Это позволяет каждому игроку с его индивидуальными особенностями в той или иной степени активизировать когнитивные процессы, усвоить и закрепить материал. Если же создание викторины в формате «Kahoot!» задается как индивидуальный проект по теме при контроле со стороны преподавателя (см. выше), то это яркий пример реализации принципа индивидуализации обучения.

Для успешной реализации принципа доступности и посильности необходим тщательный подход к выбору содержания вопросов. Во-первых, вопросы должны быть основаны на изученном материале (за исключением таких вопросов, которые требуют проявления догадки и сообразительности, или проявления эрудиции). Во-вторых, вопросы не должны быть слишком простыми или слишком сложными. Чрезмерно легкие вопросы вызывают у обучающихся чувство излишней самоуверенности, ощущение

недостаточной серьезности процесса, что в результате снижает интерес к викторине. Чрезмерно трудные задания, наоборот, вызывают неуверенность в собственных знаниях и способностях и также приводят к потере интереса. Можно сделать вопрос более легким за счет упрощения его формы. Например, вместо дефиниции слова «warehouse» (склад) использовать изображение этого места. В этом случае можно избежать трудностей с пониманием дефиниции, которая может содержать незнакомые на данном этапе изучения языка слова.

Вопрос можно также упростить, перефразировав его более доступным обучающимся языком, за счет лексических, грамматических и синтаксических трансформаций. Например, текст одного и того же вопроса об изобретении чайных пакетиков (категория «Business Ideas», игра «Jeopardy») можно сформулировать в более простой и в более сложной версии, в зависимости от языкового уровня участников игры. Так, для школьников во время викторины, проводимой в рамках Дня открытых дверей, был представлен упрощенный текст: «You can find these small things in almost any home or workplace. They were invented around 1908 Thomas Sullivan, a seller from New York, started to send samples of tea to his clients in small silken sachets. During the 1920s they were developed for commercial production and came in two sizes — a smaller size for the cup and a larger size for the pot.» Для студентов бакалавриата и магистратуры, имеющих более высокий уровень владения языком, вопрос звучал следующим образом: «These small things commonly found in almost any home or workplace were accidentally invented around 1908. That year, a New York merchant Thomas Sullivan began sending out tea samples to his customers in small silken pouches. During the 1920s they began to be commercially produced and came in two distinct sizes — a larger one for the pot and a smaller one for the cup.» Как видно из этого примера, смысл вопроса и количество подсказок, благодаря которым можно догадаться, о каком изобретении идет речь, одинаковы в обеих версиях. Различие между ними заключается в использовании разной лексики и грамматических/синтаксических конструкций. На более продвинутых ступенях обучения можно попробовать использовать оригинальные вопросы из архива «Jeopardy» (доступны на сайте <https://www.j-archive.com/>). Представленная там обширная коллекция вопросов разной тематики позволяет подобрать вопросы для различных предметных областей.

Принцип прочности усвоения материала реализуется за счет задействования положительных эмоций студентов при ответе на вопросы викторины. Интересный и динамичный формат работы, непринужденная и доброжелательная обстановка, соревновательность и дух соперничества, отсутствие психологического напряжения, характерного для других видов тестов

— все это способствует лучшему закреплению изученного материала.

При составлении вопросов викторин можно руководствоваться принципами составления тестовых заданий, подробно описанными в методической литературе [13; 14; 15]. Тем не менее, поскольку задача контроля знаний не является доминирующей при проведении интеллектуальных игр, многие из этих принципов следует адаптировать.

Задания для игры в «Kahoot!» (в бесплатной версии) всегда подразумевают вопросы с предлагаемыми вариантами ответов: вопросы с множественным выбором (в которых нужно либо выбрать один правильный ответ из четырех вариантов, либо выбрать несколько правильных ответов из четырех предлагаемых вариантов) и вопросы с альтернативным выбором готового ответа, так называемые «true/false questions». Этот же тип вопросов можно использовать и в викторине «Jeopardy», хотя в оригинальном формате этой игры всегда представлены вопросы открытого типа, без предлагаемых вариантов ответа. Вопросы с выбором ответа, как правило, менее сложны, поскольку есть возможность угадать правильный ответ, и в учебных целях их можно использовать на более простых уровнях (первом или втором).

Вопросы с множественным выбором могут быть разных типов. Например, можно сформулировать их в виде вопросительного предложения, или в виде дефиниции из словаря (если целью игры является проверка знания лексики по определенной теме, при этом дефиницию можно упростить в зависимости от уровня обучающихся), или в виде предложения с пропущенной частью (в основном, если целью игры является проверка знания грамматики, хотя этот вид задания можно использовать и для других целей), в виде изображения, сопровождаемого вопросом (например, «What is this?») или императивом (например, «Name this \_\_\_\_\_»).

Вопросы с альтернативным выбором представляют собой утверждение. Такие вопросы менее часто используются в викторинах, равно как и в тестировании в целом. Это связано с высокой вероятностью угадать правильный ответ. Как отмечает Г. Хеннинг [14, с. 35], в тестах, состоящих из вопросов с альтернативным выбором, следует ожидать, что студенты могут угадать ответы на половину вопросов. Поэтому в большинстве случаев викторину не следует составлять исключительно из вопросов с альтернативным выбором, разумнее использовать ограниченное количество таких вопросов. Исключением могут стать викторины обучающего, познавательного характера, целью которых является не проверка знаний изученного учебного материала, а расширение их кругозора в интересной, интерактивной форме.

Как и вопросы в тестах [13; 14; 15], задания викторины должны быть сформулированы четко и просто, без включения избыточной информации. Важной особенностью формулировок заданий в

викторинах, отличающей их от заданий в тестах, является их длина. Поскольку фактор времени играет ключевую роль в викторинах, и вопросы, и варианты ответов (если они имеются) должны быть сформулированы кратко. Смысл длинных формулировок сложнее понять в условиях ограниченного времени, что создает определенное психологическое напряжение и может помешать дать правильный ответ. Так, в «Kahoot!» вопрос должен быть не длиннее 120 символов, а исходя из практического опыта, можно рекомендовать длину вопроса не более 60 символов. Что касается формулирования вариантов ответа, следует минимизировать количество вопросов с развернутыми вариантами ответов (по вышеуказанным причинам) и давать для таких вопросов большее количество времени для ответа, например, вместо 20 секунд давать 60 секунд. Описанные выше рекомендации оптимальны и при составлении вопросов для викторин в «Jeopardy».

Что касается общего количества вопросов для викторины, здесь также есть определенные особенности. В то время как при составлении тестов обычно рекомендуется включать в тест не менее 50 вопросов, чтобы обеспечить надежность теста [14, с. 33], в викторинах, не преследующих в качестве основной цели объективное оценивание знаний обучающихся, большое количество вопросов не является необходимым. Викторина, особенно викторина в «Kahoot!», является лишь одним из видов деятельности на занятии, и она не должна занимать слишком много времени. Обычно она включает в себя 12–15 вопросов, иногда чуть больше, что по времени, в зависимости от видов вопросов и скорости ответов студентов, может занять в среднем 10–15 минут. Такая динамичность позволяет регулярно проводить такие викторины, без больших временных затрат. В «Jeopardy», как правило, 6 категорий по 5 вопросов (в общем 30 вопросов), при этом можно сократить количество категорий до пяти (в общем 25 вопросов). Поскольку «Jeopardy» требует большего количества времени, целесообразно проводить такую викторину после изучения нескольких тем, для проверки знаний и закрепления изученного материала.

При составлении вопросов викторины в «Kahoot!» следует избегать какой-либо повторяющейся последовательности правильных ответов, например, А-В-С-Д. Это особенно важно для вопросов с альтернативным выбором, поскольку они имеют всего два варианта ответа. В то же самое время нужно, чтобы было приблизительно одинаковое количество правильных ответов под каждой буквой.

При формулировании вопросов и вариантов ответов (если таковые имеются) важно соблюдать правила, рекомендуемые при составлении тестовых заданий [13; 14; 15]. Рассмотрим, как применяются эти правила.

Так, при составлении вопросов, требующих исключить из предложенных вариантов отличающийся вариант (так называемые «negative fact questions») рекомендуется выделять заглавными буквами слова, указывающие на необходимость такого выбора (например, «Which of the following is NOT a variable cost?»). Также желательно ставить такие вопросы в один блок, друг за другом, и не чередовать их с другими типами вопросов. В противном случае игроки могут допустить ошибку по невнимательности.

Также, если в утверждении есть пропущенная часть, рекомендуется, чтобы эта часть была в конце предложения, а не в начале. В этом случае обучающимся будет легче понять смысл предложения, и они смогут быстрее сделать правильный выбор (например, «The first velocipede was invented in \_\_\_\_\_».)

Следует также отметить, что и в тестах, и в вопросах викторины среди вариантов ответа не должно быть синонимичных по значению форм, несуществующих в языке грамматических форм, а в случае, если среди вариантов есть похожие, к примеру, по написанию слова, их рекомендуется ставить рядом, чтобы их было легче сравнить.

Все предлагаемые варианты ответа должны быть приблизительно одинаковы по длине. Слишком короткий или слишком длинный вариант ответа выделяется и может быть выбран только потому, что он отличается. Данная рекомендация применима как к предложениям, так и к фразам и словам. При составлении тестовых заданий также рекомендуют, чтобы варианты ответов были однородны по содержанию, форме и грамматической структуре, поскольку принципиально важно гарантировать высокую надежность теста. В интеллектуальных играх это имеет меньшую значимость, и это правило не всегда неукоснительно соблюдается.

В тестовых заданиях принципиально важно, чтобы дистракторы (неправильные варианты ответов) были правдоподобными вариантами, например, они могут включать распространенные заблуждения или мифы. Такой подход исключит вероятность того, что тестируемые проигнорируют какие-то варианты ответа в силу их абсурдности. В то же самое время, поскольку викторина представляет собой игровую деятельность, шуточные или абсурдные варианты не являются неуместными. Наоборот, их наличие создает непринужденную обстановку, что дает возможность участникам игры улыбнуться или посмеяться над забавными вариантами. Положительные эмоции будут способствовать повышению интереса и мотивации. Можно также включать в качестве дистракторов распространенные ошибки обучающихся, чтобы иметь возможность еще раз поработать над этими ошибками.

Обобщая рассмотренные выше принципы составления вопросов для викторин, еще раз подчеркнем, что выбор контента викторины зависит от программы, целей и задач мероприятия, а также

самих обучающихся — их уровня владения английским языком, мотивации, потребностей. Так, если речь идет об игре, завершающей цикл занятий на определенную тему, рационально включить в вопросы ключевую информацию из всех разделов. В случае викторин, в игровой форме тестирующих знания материала одного-двух занятий, вопросы будут более детальными. Если же викторина проводится как часть научно-практической конференции, тогда в содержание игры будут введены данные, выходящие за рамки изучаемого на занятиях материала. Это обусловлено тем, что целью подобных викторин предстает именно исследовательская деятельность студентов, расширение их знаний по теме либо по дисциплине в целом. Во время подготовки и самой игры обучающиеся не только демонстрируют собственные знания, исследовательские навыки и общую эрудицию, но и видят перспективу дальнейших исследований в заданной области.

Сложность и серьезность контента викторин также может существенно различаться. В частности, викторины в рамках английского языка для академических целей, например, при подготовке к тесту TOEFL, могут содержать элементы вопросов формата данного теста, что иногда уменьшает развлекательный компонент игры, выводя на первый план учебно-познавательный и соревновательный. Викторины для слушателей магистерской программы по английскому языку для профессионального общения также предполагают обращение к более глубоким лингвистическим знаниям и опыту участников. Еще большую связь вопросов викторины с профессиональными знаниями и опытом целесообразно устанавливать в работе со слушателями программ профессиональной переподготовки или программ по повышению квалификации, таких как Президентская программа подготовки управленческих кадров. С другой стороны, викторины для школьников, посещающих профориентационные мероприятия, такие как День открытых дверей или Летняя школа, имеют целью заинтересовать и увлечь участников, и содержание игр будет гораздо менее серьезным.

Принимая во внимание значительный потенциал интеллектуальных игр и, в частности, викторин, а также их высокую востребованность в настоящее время, исследования в данной области являются весьма актуальными. Важную роль следует отводить этапу создания интеллектуальных игр. Подготовка викторин должна осуществляться при соблюдении общепринятых в педагогике и лингводидактике принципов составления вопросов и заданий. При этом данные принципы необходимо адаптировать к игровому характеру викторины и учитывать ряд важнейших факторов, таких как объем и содержание включаемого материала, особенности участников, цели мероприятия, его предполагаемая масштабность, использование цифровых технологий и другие. В целом, в данной

статье обозначена проблема, которая требует более детального изучения с позиций методики, педагогики и психологии, что составляет перспективу для дальнейших исследований. ■

---

1. Певнев М. С. Интеллектуальная игра в образовательном процессе: ценностно-целевой, мотивационный и функциональный аспекты [Электронный ресурс] // Известия ВГПУ. – 2006. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/intellektualnaya-igra-v-obrazovatelnom-protseste-tsennostno-tselevoy-motivatsionny-i-funktsionalny-aspekty/viewer> (Дата обращения 30.01.2022)

2. Шур А. М. Интеллектуальная игра как средство формирования толерантного коммуникативного поведения в процессе обучения иностранному языку [Электронный ресурс] // Известия Саратовского университета. – 2008. – Т.8. Сер. Философия. Психология. Педагогика. Вып.2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/intellektualnaya-igra-kak-sredstvo-formirovaniya-tolerantnogo-kommunikativnogo-povedeniya-v-protseste-obucheniya-inostrannomu-yazyku/viewer> (Дата обращения 30.01.2022)

3. Варенина Л. П. Геймификация в образовании [Электронный ресурс] // Историческая и социально-образовательная мысль. – Краснодар, 2014. – № 6-2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-v-obrazovanii/viewer> (Дата обращения 29.01.2022)

4. Пахомова Т. Е. Геймификация как средство подготовки студентов педагогического колледжа к решению профессиональных задач [Электронный ресурс] // Ученые записки Забайкальского государственного университета. – 2015. – № 6 (65). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-kak-sredstvo-podgotovki-studentov-pedagogicheskogo-kolledzha-k-resheniyu-professionalnyh-zadach/viewer> (Дата обращения 29.01.2022)

5. Холод Н. И., Никитина Н. Ю. Викторина как средство активизации учебно-познавательной деятельности студентов на занятиях по иностранному языку в вузе [Электронный ресурс] // Ярославский педагогический вестник. – 2017. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/viktorina-kak-sredstvo-aktivizatsii-uchebno-poznavatelnoy-deyatelnosti-studentov-na-zanyatiyah-po-inostrannomu-yazyku-v-vuze/viewer> (Дата обращения 30.01.2022)

6. Цепкова А. В., Григорьева О. В. Интеллектуальная игра на английском языке как способ формирования социокультурной и языковой компетенции старших школьников [Электронный ресурс] // Сибирский педагогический журнал. – 2013. – № 5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/intellektualnaya-igra-na-angliyskom-yazyke-kak-sposob-formirovaniya-sotsiokulturnoy-i-yazykovoy-kompetentsii-starshih-shkolnikov/viewer> (Дата обращения 29.01.2022)

7. Шестакова Е. С., Черезова М. В. Принцип минимизации языка в обучении иностранному языку для специальных целей в неязыковом вузе [Электронный ресурс] // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2020. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsip-minimizatsii-yazyka-v-obuchenii-inostrannomu-yazyku-dlya-spetsialnyh-tseley-v-neyazykovom-vuze/viewer> (Дата обращения 29.01.2022)

8. Ганина В. В., Шишкина С. Г. Интеллектуальная игра как компонент образовательных технологий в курсе преподавания дисциплины «Иностранный язык» в

техническом вузе [Электронный ресурс] // Вестник РУДН. Сер. Русский и иностранные языки и методика их преподавания. – 2012. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/intellektualnaya-igra-kak-komponent-obrazovatelnyh-tehnologiy-v-kurse-prepodavaniya-distipliny-inostrannyu-yazyk-v-tehnicheskom-vuze/viewer> (Дата обращения 28.01.2022)

9. Боева О. М. Педагогический феномен интеллектуальной игры [Электронный ресурс] // Образование. Наука. Научные кадры. – 2021. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pedagogicheskimi-fenomen-intellektualnom-igry/viewer> (Дата обращения 25.01.2022)

10. Титова С. В., Чикризова К. В. Геймификация в обучении иностранным языкам: психолого-дидактический и методический потенциал [Электронный ресурс] // Педагогика и психология образования. – 2019. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-v-obuchenii-inostrannym-yazykam-psihologo-didakticheskiy-i-metodicheskiy-potentsial/viewer> (Дата обращения 28.01.2022)

11. Dichev C., Dicheva D. Gamifying education: what is known, what is believed and what remains uncertain: a critical review [Электронный ресурс] // International Journal of Educational Technology in Higher Education. – 2017. – № 14(9). – URL: [https://www.researchgate.net/publication/313872357\\_Gamifying\\_education\\_what\\_is\\_known\\_what\\_is\\_believed\\_and\\_what\\_remains\\_uncertain\\_a\\_critical\\_review](https://www.researchgate.net/publication/313872357_Gamifying_education_what_is_known_what_is_believed_and_what_remains_uncertain_a_critical_review) (Дата обращения 28.01.2022)

12. Xi-Wei Y. The game plan: Using gamification strategies to engage learners as active players [Электронный ресурс] // Journal of Applied Learning & Teaching. – 2019. – Vol.2 №.2. – URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/The-game-plan%3A-Using-gamification-strategies-to-as-Yeo/0bf3442e59bcf27d8f274e1b548da33998488706> (Дата обращения 28.01.2022)

13. Cohen A. S., Wollack J. A. Handbook on Test Development: Helpful Tips for Creating Reliable & Valid Classroom Tests [Электронный ресурс] – 2003. – URL: <https://testing.wisc.edu/Handbook%20on%20Test%20Construction.pdf> (Дата обращения 28.01.2022)

14. Henning G. Twenty Common Testing Mistakes for EFL Teachers to Avoid [Электронный ресурс] // English Teaching Forum, 2012. – № 3. – URL: [https://americanenglish.state.gov/files/ae/resource\\_files/50\\_3\\_8\\_henning.pdf](https://americanenglish.state.gov/files/ae/resource_files/50_3_8_henning.pdf) (Дата обращения 28.01.2022)

15. Alderson J., Clapham C., Wall D. Language Test Construction and Evaluation [Текст] Cambridge: Cambridge University Press, 1995. – 324 p.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Alderson J., Clapham C., Wall D. Language Test Construction and Evaluation [Текст] Cambridge: Cambridge University Press, 1995. – 324 p.

Cohen A.S., Wollack J.A. Handbook on Test Development: Helpful Tips for Creating Reliable & Valid Classroom Tests [Электронный ресурс] – 2003. – URL: <https://testing.wisc.edu/Handbook%20on%20Test%20Construction.pdf> (Дата обращения 28.01.2022)

Dichev C., Dicheva D. Gamifying education: what is known, what is believed and what remains uncertain: a critical review [Электронный ресурс] // International Journal of Educational Technology in Higher Education.

– 2017. – № 14(9). – URL: [https://www.researchgate.net/publication/313872357\\_Gamifying\\_education\\_what\\_is\\_known\\_what\\_is\\_believed\\_and\\_what\\_remains\\_uncertain\\_a\\_critical\\_review](https://www.researchgate.net/publication/313872357_Gamifying_education_what_is_known_what_is_believed_and_what_remains_uncertain_a_critical_review) (Дата обращения 28.01.2022)

Henning G. Twenty Common Testing Mistakes for EFL Teachers to Avoid [Электронный ресурс] // English Teaching Forum, 2012. – № 3. – URL: [https://americanenglish.state.gov/files/ae/resource\\_files/50\\_3\\_8\\_henning.pdf](https://americanenglish.state.gov/files/ae/resource_files/50_3_8_henning.pdf) (Дата обращения 28.01.2022)

Xi-Wei Y. The game plan: Using gamification strategies to engage learners as active players [Электронный ресурс] // Journal of Applied Learning & Teaching. – 2019. – Vol.2 №.2. – URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/The-game-plan%3A-Using-gamification-strategies-to-as-Yeo/0bf3442e59bcf27d8f274e1b548da33998488706> (Дата обращения 28.01.2022)

Боева О. М. Педагогический феномен интеллектуальной игры [Электронный ресурс] // Образование. Наука. Научные кадры. – 2021. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pedagogicheskimi-fenomen-intellektualnom-igry/viewer> (Дата обращения 25.01.2022)

Варенина Л. П. Геймификация в образовании [Электронный ресурс] // Историческая и социально-образовательная мысль. – Краснодар, 2014. – № 6-2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-v-obrazovanii/viewer> (Дата обращения 29.01.2022)

Ганина В. В., Шишкина С. Г. Интеллектуальная игра как компонент образовательных технологий в курсе преподавания дисциплины «Иностранный язык» в техническом вузе [Электронный ресурс] // Вестник РУДН. Сер. Русский и иностранные языки и методика их преподавания. – 2012. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/intellektualnaya-igra-kak-komponent-obrazovatelnyh-tehnologiy-v-kurse-prepodavaniya-distipliny-inostrannyu-yazyk-v-tehnicheskom-vuze/viewer> (Дата обращения 28.01.2022)

Пахомова Т. Е. Геймификация как средство подготовки студентов педагогического колледжа к решению профессиональных задач [Электронный ресурс] // Ученые записки Забайкальского государственного университета. – 2015. – № 6 (65). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-kak-sredstvo-podgotovki-studentov-pedagogicheskogo-kolledzha-k-resheniyu-professionalnyh-zadach/viewer> (Дата обращения 29.01.2022)

Певнев М. С. Интеллектуальная игра в образовательном процессе: ценностно-целевой, мотивационный и функциональный аспекты [Электронный ресурс] // Известия ВГПУ. – 2006. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/intellektualnaya-igra-v-obrazovatelnom-protsesse-tsennostno-tselevoymotivatsionnyu-i-funktsionalnyu-aspekty/viewer> (Дата обращения 30.01.2022)

Титова С. В., Чикризова К. В. Геймификация в обучении иностранным языкам: психолого-дидактический и методический потенциал [Электронный ресурс] // Педагогика и психология образования. – 2019. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-v-obuchenii-inostrannym-yazykam-psihologo-didakticheskiy-i-metodicheskiy-potentsial/viewer> (Дата обращения 28.01.2022)

Холод Н. И., Никитина Н. Ю. Викторина как средство активизации учебно-познавательной деятельности студентов на занятиях по иностранному языку в вузе [Электронный ресурс] // Ярославский педагогический вестник. – 2017. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/viktorina-kak-sredstvo-aktivizatsii-uchebno-poznavatelnoy-deyatelnosti-studentov-na-zanyatiyah-po-inostrannomu-yazyku-v-vuze/viewer> (Дата обращения 30.01.2022)

Цепкова А. В., Григорьева О. В. Интеллектуальная игра на английском языке как способ формирования социокультурной и языковой компетенции старших школьников [Электронный ресурс] // Сибирский педагогический журнал. – 2013. – № 5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/intellektualnaya-igra-na-angliyskom-yazyke-kak-sposob-formirovaniya-sotsiokulturnoy-i-yazykovoy-kompetentsii-starshih-shkolnikov/viewer> (Дата обращения 29.01.2022)

Шестакова Е. С., Черезова М. В. Принцип минимизации языка в обучении иностранному языку для специальных целей в неязыковом вузе [Электронный ресурс] // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2020. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsip-minimizatsii-yazyka-v-obuchenii-inostrannomu-yazyku-dlya-spetsialnyh-tseley-v-neyazykovom-vuze/viewer> (Дата обращения 29.01.2022)

minimizatsii-yazyka-v-obuchenii-inostrannomu-yazyku-dlya-spetsialnyh-tseley-v-neyazykovom-vuze/viewer (Дата обращения 29.01.2022)

Шур А. М. Интеллектуальная игра как средство формирования толерантного коммуникативного поведения в процессе обучения иностранному языку [Электронный ресурс] // Известия Саратовского университета. – 2008. – Т.8. Сер. Философия. Психология. Педагогика. Вып.2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/intellektualnaya-igra-kak-sredstvo-formirovaniya-tolerantnogo-kommunikativnogo-povedeniya-v-protsesse-obucheniya-inostrannomu-yazyku/viewer> (Дата обращения 30.01.2022)

## Intellectual games in teaching ESP: principles of creating quiz questions

© Domysheva S., Kopylova N., 2022

The article discusses intellectual games as a form of gamification in ESP classes. It describes two popular quiz formats, «Kahoot!» and «Jeopardy», and the experience of using them in class and in extracurricular activities in a number of language programs. It also analyzes key principles of creating educational content based on the student cohort, difficulty level of the program, goals and objectives of the quiz. Creating quiz questions is viewed as a highly important stage which serves as a necessary condition for conducting the quiz successfully and which facilitates more efficient learning as well as greater depth and breadth of students' knowledge of a particular topic or a subject on the whole.

*Keywords:* intellectual games, quizzes, gamification, English for Specific Purposes (ESP), approaches to content creation, «Kahoot!», «Jeopardy»

УДК 339.977

## ДВАДЦАТИЛЕТНИЙ ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

© Дятлов С. П., 2022

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Пищевая промышленность является одной из важнейших для человечества, так как ее продукты способны удовлетворить базовые физиологические потребности людей. Тем не менее, кризис в данной отрасли продолжает расти, так как она регулярно сталкивается с различными проблемами, начиная от экологической ответственности за загрязнение планеты и заканчивая потенциальной нехваткой сырья и ресурсов с учетом роста численности населения в мире. На сегодняшний день существенная часть рынка поделена между крупными транснациональными корпорациями, и их доля растет с каждым годом с приобретением ими концернов, предприятий и их брендов. Международные холдинги занимаются исследованиями в области развития пищевой промышленности в поисках дешевого сырья для обеспечения предложения, соответствующего спросу, и в течение ближайших 20 лет отрасль ждут существенные изменения.

*Ключевые слова:* экономика, пищевая промышленность, транснациональные корпорации, глобализация, перспективы экономического развития

На сегодняшний день полноценная повседневная жизнь человека как единицы общества обеспечивается продуктами различных отраслей промышленности. На развитие каждой из экономических сфер непосредственно

влияют современные условия и тенденции, которые корректируют спрос на товары и услуги.

В мировом масштабе мы можем наблюдать определенные различия в интересах граждан между континентами и странами, что основывается, во-первых, на общем уровне экономического развития

государства и, как следствие, среднего благосостояния граждан и их покупательной способности. Во-вторых, на данный момент все еще имеют влияние культурные привычки жителей, которые обуславливают автохтонность потребительского выбора. На основании того, как потребитель голосует своим выбором в рамках определенных сфер и сегментов, происходит либо модернизация и развитие этого вида производства, либо предприятие вытесняется с рынка в связи с не востребованностью и убыточностью. По мере технологического развития моральное устаревание может касаться и всей отрасли в целом, когда ее продукты перестанут быть необходимыми в связи с появлением превосходящего по характеристикам товара-конкурента. К важнейшим отраслям промышленности, несомненно, относится пищевая. С одной стороны, спрос на ее продукты стабильно велик, крайне незначительно колеблясь от моды и других сезонных факторов. Это связано с тем, что продукты этой деятельности удовлетворяют, как минимум, базовые физиологические потребности человека. Пищевую промышленность можно охарактеризовать как комплекс производственных объединений, которые изготавливают и выпускают сырье и готовую продукцию для обеспечения населения продуктами питания [1]. Также отрасль тесно связана с сельским хозяйством и интегрирована в глобальные экономические связи за счет международной торговли [2]. Например, на данный момент в Российской Федерации доля импорта в производстве некоторых товаров превышает 50 %; до введения экономических санкций и увеличения курсов иностранных валют доля импорта была еще выше [3]. В странах же Европейского Союза некоторые группы товаров могут полностью импортироваться ввиду отсутствия территориальных возможностей обеспечивать государство всеми необходимыми товарами. Это является одной из причин, почему существование и перспективу развития отрасли необходимо рассматривать в глобальном масштабе. Тем не менее, ответ на вопрос о будущем данной отрасли неоднозначный по не самой популярной причине: с одной стороны, спрос на продукты питания будет существовать еще очень долгое время, значит, эта промышленность будет востребована, но кризис поджидает ее в противоположном вопросе. Нехватка предложения пока еще несет более локальный характер, базируясь на общем благосостоянии граждан государств в зависимости от уровня экономического развития страны. Сегодня около 9 % населения страдают от голода, что по большей части относится к жителям стран третьего мира [4]. Однако крайне высока вероятность, что пропитания станет не хватать еще большему числу людей в процентном соотношении в связи с нехваткой самого сырья для изготовления продуктов питания, так как население планеты продолжает расти за счет высокой рождаемости в развивающихся странах, которые и при меньшем

числе населения имеют серьезные экономические проблемы. Ежегодно мы получаем демографические прогнозы от ООН и ученых научно-исследовательских университетов, которые могут различаться в точных значениях годов, в которые численность населения достигнет очередной цифры, но многие специалисты едины во мнении о том, что после достижения отметки в 10–11 млрд человек, людей ждут глобальные изменения: с каждым годом объем необходимых продуктов питания пропорционально увеличивается, и спрос постепенно начинает превышать предложение, даже если рассмотреть вопрос вне фактора экономического благополучия, взяв суммарное количество населения и суммарное количество продукции в абсолютных значениях. Ввиду глобальности данной проблемы и необходимости принятия совместных действий поиском вариантов ее решения занимаются различные международные организации, в том числе ООН. Третьей причиной необходимости контекста, подразумевающего влияние внешней экономической среды на будущее пищевой промышленности в конкретном государстве, является господство транснациональных корпораций в пищевой индустрии [6]. Они по определению имеют материально-техническую базу для производства в нескольких странах, но при этом такие организации сохраняют и продвигают на рынке новые принципы производства и потребления. Их сфера влияния крайне высока, так как их доля рынка, например, в России в некоторых подотраслях превышает 70–80 % за счет вероверенной многосторонним опытом стратегии ведения бизнеса и наличия средств для покупки крупных местных брендов, которые могут стать конкурентами [7].

Сельское хозяйство уже очень давно столкнулось с тем, что выращенных в полностью естественной и натуральной среде птицы, рогатого скота и урожая недостаточно, чтобы избежать голода. Животноводство, растениеводство, рыболовство и грибоводство невозможны в необходимых масштабах без применения различных средств, позволяющих фермерам выращивать быстрее и в большем объеме за счет повышения резистентности к окружающим условиям. Таким образом, люди изобрели удобрения, позволяющие растениям быть устойчивее к внешним факторам и быстрее плодоносить, также путем постоянного отбора были выведены наиболее подходящие для мясной промышленности породы животных. С каждым годом эти решения совершенствуются, когда учеными разрабатываются более эффективные варианты питания для животных и условий роста для растений, которые позволяют сократить цикл их подготовки к переработке в продукт или сырье. Однако в прошлом веке проблема усугубилась, тогда людям пришлось изобретать качественно новые методы удовлетворения спроса жителей планеты,

создаваемых в соответствии с технологическим прогрессом; большая часть из этих методов продолжают дорабатываться для массового внедрения. Именно в контексте этих разработок можно рассматривать пищевую промышленность в перспективе ближайших 20 лет и формулировать прогнозы, которые без преувеличения волнуют уверенное большинство людей.

Главными тезисами в СМИ о будущем пищевой промышленности в рамках сенсационализма являются заголовки о том, что либо в будущем вся еда будет искусственной, являясь плодом труда биоинженеров, либо в качестве сырья будут использоваться низшие животные и растения, которые будут доведены до приемлемого вкуса с помощью синтетических вкусоароматических добавок. Информация в подобных статьях, как правило, гиперболизируется, но в ее основе лежат гипотезы, которые имеют реальные предпосылки для развития: предположения и прогнозы основываются на том, что через 20 лет люди придут к тому, что «натуральные» в нашем сегодняшнем понимании продукты будут стоить очень дорого, так как уже сегодня этот признак делает продукт премиальным по стоимости. При этом необходимо уточнить, что в данном случае понимается под понятием «натуральный продукт». На данный момент продукт питания может получить такую официальную маркировку, подкрепленную сертификатом, при соблюдении двух основных условий: содержание натуральных ингредиентов (природного происхождения) должно быть не менее 99,95–99,99 %, и содержание вредных веществ не должно превышать 25 % от предельно допустимой концентрации [8]. Таким образом, имеются, с одной стороны, ухудшающаяся динамика доступности природного сырья, и, с другой стороны, желание и возможности корпораций увеличивать свою прибыль за счет увеличения объемов сбыта и снижения себестоимости продукции. Именно это противоречие вынуждает находить решение проблемы корпораций, которое прямо влияет на состояние пищевой промышленности в будущем. Так как через 20 лет небольшое количество холдингов будут контролировать практически весь рынок, включая производство скоропортящихся товаров, так как с каждым годом у них становится все больше влияния и средств, чтобы приобретать новых конкурентов или вытеснять их с экономической арены [9]. Наглядно видно, что с каждым годом сырье будет продолжать дорожать, поэтому в течение 20 лет составы продуктов популярных брендов сильно изменятся, и компании смогут продвигать и продавать свои товары в том виде, в котором мы имеем их сегодня на полках магазинов, под маркой продуктов высочайшего качества с соответствующей ценой. Необходимо рассмотреть, какие же произойдут конкретные изменения, чтобы составить прогноз о состоянии пищевой промышленности через 20 лет на

основании главных направлений, в рамках которых ведутся разработки.

Как уже говорилось ранее, наиболее уязвимыми отраслями сельского хозяйства являются животноводство и растениеводство, поэтому исследования в области альтернативных источников сырья или методов его выращивания ведутся, в первую очередь, в данных отраслях. Через пятую часть века мясо в промышленных масштабах, вероятно, будет получаться другим способом, который позволяет его выращивать из клеток животных в специальном биореакторе, в том числе и по причинам экологии [10]. Данная технология основывается на извлечении и последующем выращивании стволовых клеток из мышечной ткани животных и использовании 3D-принтера для их превращения в привычную потребителю форму пищевых продуктов. Возможность производства таким способом существует относительно давно, но изначально такой продукт стоил дорого из-за отсутствия отлаженной технологии и эффекта новизны. Однако с каждым годом цена заметно снижается, и высока вероятность того, что через 20 лет данная методика ляжет в основу производства мяса и мясопродуктов.

Главной задачей, касающейся растениеводства, является поддержание стабильной урожайности за счет искоренения ее зависимости от природных условий и катаклизмов. Выстраивать теплицы с идеальными условиями очень дорого даже в промышленных масштабах, в то время как использование генной инженерии дешевле и практичнее, так как она в долгосрочной перспективе позволяет экономить на различных инсектицидах и увеличивает количественные и качественные характеристики плодов. [11] Эти технологии уже очень широко используются и на данном этапе, но через 20 лет их масштаб приблизится к абсолютному значению. Это позволит давать в разы больший по объему урожай, чтобы прокормить большее количество людей и удешевить себестоимость продукции. Кроме того, высока вероятность того, что люди активно начнут употреблять в пищу то, чем раньше питалось ограниченное число людей. Такими примерами служат съедобные для человека водоросли, которые содержат полезные макроэлементы, или насекомые, состоящие из большого количества белка [12]. Такие виды достаточно питательны, некоторыми из них уже давно питаются в странах Азии и Африки, но, скорее всего, через 20 лет они постепенно войдут в рационы и более богатых стран, так как уже сейчас ведутся программы по внедрению насекомых и водорослей в пищевую промышленность в странах Европы и Северной Америки посредством постоянных исследований и испытаний в Великобритании, США, Нидерландах, Дании и других государствах, а также организации ферм по выращиванию водорослей по азиатским моделям [13]. На данном этапе человечество располагает достаточно большим количеством этих ресурсов, и, кроме этого,

их достаточно просто выращивать в необходимых объемах, так как жизненный цикл этих видов, гораздо меньше, чем у зверей и растений соответственно, употребление которых является более распространенным. Можно сказать, что единственным барьером является только скептическое отношение к такой еде жителей развитых стран. Этот тезис порождает следующую перспективу развития пищевой промышленности. Выращенное искусственным путем мясо, насекомые и другие альтернативные источники питания будущего не отвечают требованиям большинства людей к органолептическим свойствам, а положительные ощущения при приеме пищи являются очень важными для большинства людей, так как еда является одним из самых простых способов получения удовольствия, и у многих народов она возведена в культ. Для этого уже достаточно давно используются и будут разрабатываться дальше различные усилители вкуса, причем их доля в готовом продукте будет увеличиваться, так как, во-первых, еда в чистом виде будет иметь все больше неприятный товарный вид, а во-вторых, старый вкус будет приедаться человеку; таким образом, биотехнологические компании будут синтезировать новые вещества, которые будут раздражать рецепторы человека. Также высока вероятность массового распространения среди людей, относящихся к еде исключительно как к средству для обеспечения жизнедеятельности, различных сойлентов. Ими являются порошки, которые в себе содержат достаточное количество всех элементов, которые нужны для полноценного функционирования организма. Это даст возможность не только экономить временные ресурсы людям, но и позволит производителям снизить количество используемых природных ресурсов и удешевить производство, так как все компоненты будут искусственно создаваться в лабораториях.

Для более системного рассмотрения развития пищевой промышленности необходимо учитывать контекст ценностей и парадигм постиндустриального общества, в котором крайне высоко значение информации. Опираясь на данный тезис, можно заключить, что употребление искусственной пищи станет возможным не только из-за вкусоароматических добавок, но и благодаря грамотной маркетинговой стратегии, которая позволит производителю поддерживать лояльность потребителей. Информационный фон продукта и реклама будут играть огромную роль. Ведь уже сегодня мы берем с полки продукт бренда, который нам искренне советует приобрести герой любимого фильма; продукт, который имеет красочную упаковку, где написано, что компания, имеющая многолетнюю историю, приготовила его специально для нас, вкладывая только самые качественные ингредиенты, ведь это является их ценностью и приоритетом, хотя на самом деле

пользы для человека от его потребления никакой не будет. И роль рекламы будет продолжать расти все больше, так как она будет средством удержания внимания к продукту, позволяя увеличивать с каждым годом уверенность людей в брендах и товарах, которые производят транснациональные компании. На подсознательном уровне у человека закрепляется положительный образ продукта, навязанный рекламными кампаниями производителя, причем настолько, что он способен бороться с объективностью, так как, согласно исследованиям, человек при открытой дегустации, скорее всего, отдаст предпочтение продукту известного производителя, потому что при употреблении такого товара он удовлетворяет потребность не только в пище, но и в своей принадлежности к группе, к числу населения, которая может себе позволить употреблять продукцию этого бренда. Этим пользуются транснациональные корпорации, господствующие в информационном обществе, которые говорят об их вкладе в развитие человечества и заботе о потребителях и в это же время, удешевляя производство, используют менее качественные компоненты. Таким образом, через 20 лет, скорее всего, мы будем видеть на прилавках товары транснациональных компаний, а продукты пищевой промышленности будут рекламироваться как неотъемлемые элементы жизнедеятельности, которые сопровождают человека всю жизнь. Мясо и растения будут выращиваться в кратчайшие сроки посредством применения новых технологий, в пищевой промышленности появится новое сырье, но так как все эти изменения будут происходить постепенно, обычный потребитель не почувствует больших изменений. Таким образом, пищевая промышленность через 20 лет будет сильно отличаться от того, что мы имеем сейчас, ввиду целого ряда причин, но так как она меняется с каждым годом, то, вероятнее всего, изменения будут постепенными настолько, что для массового потребителя все будет выглядеть достаточно логичным. ■

---

1. Пищевая промышленность России: проблемы и перспективы, основные отрасли и предприятия. // URL: <https://promdevelop.ru/industry/pishhevaya-promyshlennost-rossii/> (дата обращения: 10.12.2021)

2. Пищевая промышленность. // URL: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin\\_enc/27042](https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/27042) (дата обращения: 10.12.2021)

3. Одегов Ю., Гарнов А. Импортзамещение в пищевой промышленности России // Федерализм. 2018. No 1. С. 200–213.

4. Доклад ООН: около 9 процентов населения планеты страдает от голода. // URL: <https://news.un.org/ru/story/2020/07/1381951> (дата обращения: 15.12.2021)

5. Считалочка: 11 миллиардов жизней как предел. // URL: <https://spb.hse.ru/ixtati/news/421809786.html> (дата обращения: 15.12.2021)

6. Транснациональная корпорация. // URL: <https://bigenc.ru/economics/text/4199788>

7. Ковалев Виктор Евгеньевич, Фальченко Оксана Дмитриевна Влияние транснациональных корпораций на пищевую промышленность России // Управленец. 2015. №4 (56).

8. Маркировка «Натуральный продукт». // URL: [https://www.biocert.ru/index\\_farm\\_nature.html](https://www.biocert.ru/index_farm_nature.html) (дата обращения: 25.12.2021)

9. Пищевая капитуляция. // URL: <https://www.sonar2050.org/publications/pishchevaya-kapitulyaciya/> (дата обращения: 25.12.2021)

10. Наше питание устарело. // URL: <https://trends.rbc.ru/trends/futurology/5eb3f15a9a79470728554a43> (дата обращения: 06.01.2022)

11. Что такое генная инженерия и зачем вмешиваться в природу организмов. // URL: <https://trends.rbc.ru/trends/futurology/612f77ad9a7947ce386b68ba> (дата обращения: 06.01.2022)

12. Еда будущего: протеин из воздуха, мясо из насекомых и батончики от стресса. // URL: <https://hightech.fm/2021/04/27/food-future-meat> (дата обращения: 16.01.2022)

13. Еда будущего: чем мы будем питаться через 20 лет? // URL: [https://www.bbc.com/russian/international/2012/07/120731\\_future\\_foods](https://www.bbc.com/russian/international/2012/07/120731_future_foods) (дата обращения: 16.01.2022)

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Доклад ООН: около 9 процентов населения планеты страдает от голода. // URL: <https://news.un.org/ru/story/2020/07/1381951> (дата обращения: 15.12.2021)

Еда будущего: протеин из воздуха, мясо из насекомых и батончики от стресса. // URL: <https://hightech.fm/2021/04/27/food-future-meat> (дата обращения: 16.01.2022)

Еда будущего: чем мы будем питаться через 20 лет? // URL: [https://www.bbc.com/russian/international/2012/07/120731\\_future\\_foods](https://www.bbc.com/russian/international/2012/07/120731_future_foods) (дата обращения: 16.01.2022)

Ковалев Виктор Евгеньевич, Фальченко Оксана Дмитриевна Влияние транснациональных корпораций на пищевую промышленность России // Управленец. 2015. №4 (56).

Маркировка «Натуральный продукт». // URL: [https://www.biocert.ru/index\\_farm\\_nature.html](https://www.biocert.ru/index_farm_nature.html) (дата обращения: 25.12.2021)

Наше питание устарело. // URL: <https://trends.rbc.ru/trends/futurology/5eb3f15a9a79470728554a43> (дата обращения: 06.01.2022)

Одегов Ю., Гарнов А. Импортзамещение в пищевой промышленности России // Федерализм. 2018. No 1. С. 200–213.

Пищевая капитуляция. // URL: <https://www.sonar2050.org/publications/pishchevaya-kapitulyaciya/> (дата обращения: 25.12.2021)

Пищевая промышленность России: проблемы и перспективы, основные отрасли и предприятия. // URL: <https://promdevelop.ru/industry/pishhevaya-promyshlennost-rossii/> (дата обращения: 10.12.2021)

Пищевая промышленность. // URL: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin\\_enc/27042](https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/27042) (дата обращения: 10.12.2021)

Считалочка: 11 миллиардов жизней как предел. // URL: <https://spb.hse.ru/ixtati/news/421809786.html> (дата обращения: 15.12.2021)

Транснациональная корпорация. // URL: <https://bigenc.ru/economics/text/4199788>

Что такое генная инженерия и зачем вмешиваться в природу организмов. // URL: <https://trends.rbc.ru/trends/futurology/612f77ad9a7947ce386b68ba> (дата обращения: 06.01.2022)

---

### Twenty-year food industry forecast

© Dyatlov S., 2022

The food industry is one of the most important for humanity because its products are able to satisfy the basic physiological needs of a person. Nevertheless, the crisis in this industry has grown for years, as it regularly faces various problems, ranging from environmental responsibility for the pollution of the planet and ending with a potential shortage of raw materials and resources, taking into account the growth of the world's population. To date, a significant part of the market is divided between large multinational corporations, and their influence grows with the acquisition of concerns, enterprises and their brands. International holdings are engaged in research in the field of food industry development in search of cheap raw materials to ensure supply that meets demand, and over the next 20 years, the industry is waiting for significant changes.

*Keywords:* economics, food industry, transnational corporations, globalization, prospects for economic development

---

УДК 159.922

## СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ МЕНЕДЖЕРА XXI ВЕКА

© Кубанов Р. А., 2022

Институт инновационного образования Киевского национального университета строительства и архитектуры, г. Киев, Украина

В исследовании анализируются социально-психологические характеристики портрета менеджера XXI века. Разбираются поведенческие, ситуационные и лидерские теории управления. Делается акцент на том, что реальное состояние концепта управления характеризует особенности перехода к новой системе взглядов на практику управления. Важнейшими направлениями новой управленческой парадигмы являются следующие компоненты: организационная культура, либерализация и демократизация управления, индивидуальный стиль руководства, лидерство. Подается сравнительная

характеристика профессиональных качеств и индивидуальных особенностей личности менеджера, которые выделяют в европейских и азиатских странах. Рассматривается коммуникативный аспект деятельности менеджера. Анализируются личные и профессиональные навыки, а также поведенческие характеристики современного менеджера. Автор придерживается позиции, что плохой менеджер — не просто неэффективный сотрудник, не отвечающий в полной мере инкриминируемым требованиям, но такой, который по причине своих индивидуальных слабостей сам создает многие психологические проблемы в управлении, делает его условно затрудненным, а порой и конкретно неблагоприятным. Выполненное исследование позволяет сформулировать тезис о том, что социально-психологический портрет менеджера должен включать в себя систему психологических характеристик, которые в полной мере проявляются не только в предпочитаемом стиле поведения руководителя в процессе делового общения, но и в стиле его мышления, в индивидуальных особенностях принятия и реализации решений на практике, поиска действующих управленческих схем. Безусловно, менеджер является главной фигурой организации, в процессе работы он эффективно сотрудничает с другими людьми. Понимание психологии, использование психологических особенностей людей позволяет организовать слаженную работу коллектива.

*Ключевые слова:* менеджер, лидер, руководитель, деятельность менеджера, социально-психологический портрет менеджера, теории управления, управленческая парадигма, психологические подходы, методы управления

**В** новейших системах и профильных концепциях управленческой науке (менеджмент, психология управления и др.) ведущим элементом признается накопление и развитие человеческого капитала. Поскольку основные технологии и отдельные методики в наш век могут молниеносно копироваться конкурентами, то для их опережения, необходимо все время разрабатывать и внедрять что-то новое.

Сберечь высокий темп развития можно только за счет интеллектуального капитала. Сотрудники — это реальное конкурентное преимущество, которое сегодня есть у фирмы. Поэтому базовая задача менеджмента — непрерывное аккумулирование человеческого капитала отдельной организационной структуры. Предложенный тезис требует от руководителя новых подходов к управлению организацией: профильный акцент в менеджменте с рационализма и технократизма должен переместиться на социально-психологические подходы и индивидуальные методы управления, развитие и совершенствование «человеческих отношений», мобилизацию «человеческого фактора», постепенное накопление «человеческого капитала», сохранение «человеческого ресурса» развитие участия сотрудников в управлении процессами и структурами, признание роли и повышение эффективности лидерства. Все вышеуказанное интерпретирует в актуальном свете поведенческое направление в управлении, основанное на задействовании знаний и научных достижений в области психологии, социологии, культуры. Кроме того, в обозначенных концепциях знаковыми являются личностные характеристики и индивидуальные особенности менеджера, ведь именно благодаря им он может реализовать означенные подходы в разнообразнейших плоскостях управленческой деятельности.

Цель исследования — определить и проанализировать социально-психологические характеристики портрета менеджера XXI века.

В современных условиях развития экономики в центре управленческой парадигмы — современный менеджер — его профессиональная деятельность, его индивидуальность и отдельные характеристики,

поскольку исследования разных авторов показывают, что конкурентоспособность и эффективность работы предприятия тесно сплетены с личностью руководителя, его психологическим образом, ценностными ориентациями, ценностями и потребностями, которые он бессознательно или подсознательно старается воплощать, исходя из собственных индивидуально-психологических возможностей и индивидуальных способностей. В условиях кризисной экономики использовать классические принципы менеджмента становится все сложнее. В то же время организация и ее работники по-прежнему нуждаются в управлении, синергии координации усилий для достижения стратегической цели и тактических задач. Поэтому в профессиональной деятельности менеджера первоочередными становятся его индивидуальные особенности, влияющие на эффективность выполнения им социально-психологических функций, и на результативность управления структурой организации. Большинство известных зарубежных энциклопедий истолковывают понятие «менеджмент» как процесс достижения цели организации руками других людей. Субъектом вышеуказанного прикладного механизма является менеджер-управленец. Менеджер — это член организации, организовывающий и осуществляющий управленческую деятельность, решающий прикладные задачи разного характера. Можно утверждать, что в настоящее время менеджеры являются ключевыми сотрудниками в организации, и в их профессиональной деятельности много привлекательных сторон: она обеспечивает огромные возможности для полноценного развития личности, придает человеку достоинство и способствует завоеванию авторитета, является увлекательной и захватывающей [9, с. 20].

До середины 50-х гг. XX века в научном поле преобладали теории управления, которые анализировали базис личных качеств менеджера как основу его эффективности в рамках профессиональных обязательств и практической деятельности. Предпринимались неоднократные попытки создать эталонный психолого-управленческий портрет менеджера-руководителя с четким, а не условным перечнем необходимых

качеств. Отобранные качества определялись либо в весьма общем виде, либо подробно прорабатывались с выделением групп, подгрупп и отдельных профессионально-важных качеств руководителя. В рамках следующего этапа наступило время поведенческих теорий управления. В основе которых лежал постулат, что эффективность менеджера определяется типом его поведения. Учеными предприняты усилия по классификации форм поведения руководителей и возникло понятие и формальная трактовка стилия управления как повседневной манеры поведения руководителя по отношению к подчиненным. Первоначально, отдельные стили управления были приведены в виде некоего континуума (модель Левина). Континуум формировал и позволял трактовать всю совокупность возможных состояний изучаемого объекта как ограниченное количество, находящееся между двумя крайними состояниями (позициями) или показателями. В рамках анализа определенных стилей управления этими крайними состояниями (базовыми позициями) являются авторитарный и либеральный стили руководства. На смену поведенческим теориям управления постепенно пришли ситуационные теории, согласно которым эффективность и результативность менеджера определяется соответствием его личных качеств и стилия руководства ситуации. Появилось несколько новых теорий и отдельных концепций, носивших рекомендательный характер. В этих теориях определялись ситуационные переменные в рамках оперативных и тактических задач и устанавливалась применимость конкретного стилия руководства для той или иной ситуации. Различные теории включали неодинаковое число ситуационных переменных. Так, концептуальная теория ХУ включала одну ситуационную переменную — тип сотрудников. Условно говоря, можно выделить апатичных и безответственных работников (люди Х) и энергичных, созидательных, любящих свое дело и стремящихся к ответственности (люди У). Далее развитие научных взглядов пошло скачкообразно. С одной стороны, обозначилось направление изучения лидерства. Ключевой позицией в обозначенном направлении является обеспечение позиции доминирования. В качестве дополнения к теории лидерства наметилась линия требования к работе руководителя — наличие профильных навыков. Кроме навыков, в качестве элементов компетенции выделяются некоторые мотивы, способности и свойства характера управленца, сформулированные в достаточно общем виде, которые необходимы для деятельности профессионального менеджера [3, с. 159–162].

А. С. Зайцев [2] полагает, что нынешнее положение теории управления обуславливает переход к новой системе взглядов на управление. Основопологающими концептами новой управленческой парадигмы можно определить следующие мировоззренческие положения. 1. Полный отказ от управленческого рационализма и

прагматизма, выраженного в мировоззренческой позиции, что успех любой профессиональной структуры характеризует прагматическая организация производства, наличие специализации, работа над снижением издержек, то есть, управленческое воздействие на внутренние элементы производства. В современных условиях на первое место выходит проблема гибкости и быстрого приспособления с формированием адаптивных характеристик к ситуационным изменениям враждебно настроенной по отношению к организации внешней среды. Именно факторы и ситуационные особенности внешней среды навязывают выбор правильной стратегии и тактики организаций. 2. Применение в управленческом конструкте теории систем, которая упрощает задачу изучения организации в единстве ее составных частей. Организационную структуру рассматривают как открытую систему, в которой выделяются многофункциональные переменные, контроль за которыми составляет первооснову эффективного управления. Внутренняя среда каждой организации закладывается под давлением некоторых переменных, оказывающих воздействие на процесс структурных преобразований. К таким факторам исследователи непосредственно относят функциональную структуру предприятия, его ресурсы и культурную среду. В составе ресурсной базы большую роль играют сотрудники, их знания, ценности, профессиональные способности и направленность на взаимодействия. Впрочем хотя эти факторы действуют в рамках организаций, они не всегда пребывают под непосредственным контролем менеджмента, так как положение организации зависит преимущественно от внешней среды. 3. Применение ситуационного подхода к управлению организацией. Согласно обозначенному подходу поведение организации и ее сотрудников является автоматическим ответом на внешние воздействия. Его центральный элемент — ситуация, т.е. определенный набор обстоятельств, которые непосредственно оказывают реальное влияние на работу организации в определенный временной отрезок. Из чего следует вытекает актуальность и важность выделения отдельных факторов с помощью которых можно эффективно достичь цели. 4. Реальное признание социальной ответственности менеджмента перед социумом в целом и конкретными людьми, работающими в отдельно взятой организации. Человек (сотрудник) — основополагающий ресурс, и в связи с этим от менеджмента требуются действия по созданию условий для актуализации заложенных в нем потенциальных характеристик к саморазвитию. Отсюда вытекает необходимость в внимании к таким важнейшим факторам, как организационно-корпоративная культура (понимание определенного менеджментом направления и наличие у всех работающих в организации общего целевого конструкта, их непосредственное участие и заинтересованность в обеспечении общих конечных

результатов организации), демократизация и либерализация управления, индивидуальный стиль руководства и лидерские функции.

В различных странах в силу разного менталитета, реальной экономической ситуации, уровня и перспективы развития экономики, личностных особенностей существуют свои признанные личностные профессионально-важные качества, выдвигаемые к людям специфических профессий. Так в каждой стране бытует своё мнение и теоретические позиции на то, какими профессиональными и личностными качествами должен обладать успешный менеджер.

Остановимся подробнее на том, какие именно профессиональные качества и индивидуальные особенности личности менеджера выделяют в европейских и азиатских государствах.

Например, в США считается значимой для хорошего менеджера следующая цепочка личностных качеств и профессиональных характеристик: развитый ум, честность как важнейшая ценность, логика и умение мыслить реальными категориями, умение пользоваться инновационно-техническими средствами, широкий кругозор с элементами реализма, коммуникабельность и стремление к общению, цельность и целостность характера, лидерское начало, перспективность и желание продвигаться по карьерной лестнице, способность делегировать власть, ораторские способности с формированием постоянного навыка, умение принимать решение в зависимости от внешних и внутренних условий, твердость и непоколебимость, умение сосредотачиваться в короткий промежуток времени, умение воспитывать, наличие чувства юмора, умение и желание слушать, объективность и рационализм, организаторские способности. Следует отметить, что в данной цепочке качеств организаторские способности стоят на последнем месте, профессионализм и вовсе отсутствует в списке двадцати важнейших качеств менеджера в США. Это обусловлено тем, что американские специалисты полагают, что в первую очередь специалист, который занимает административную должность, должен обладать развитым «экономическим интеллектом», быть эмоционально зрелым, высокоинтеллектуальным, с хорошо развитым чувством интеллектуальной любознательности и иметь высокий уровень подготовки. Наличие же профессиональных навыков, умений и знание техник управления здесь в большей степени уступает ведущие места чертам характера, интеллекту и уму [8, с. 137].

В Великобритании в первую двадцатку профессионально-важных качеств для менеджера вошли: способность и умение правильно делегировать власть, коммуникабельность и расположенность к диалогу, доступность во время производственных процессов, желание и умение слушать, авторитетность, компетентность в решении разных вопросов, желание использовать и

умение пользоваться инновационно-техническими средствами, честность и порядочность, твердость позиции, искренняя заинтересованность в людях, позитивность, решительность и непоколебимость, чувство юмора, универсальность, продуктивность и производительность, дружелюбие, усердие, общительность, знание особенностей специальности, отсутствие болтливости [10, с. 229]. Как можно заметить, список отличается не только последовательностью перечисления, но и содержанием, приоритеты совсем иные.

Во Франции, согласно данным исследования, проведенного экспертами фирмы «Коржеф», были обозначены следующие качества, характерные для портрета идеального менеджера: врожденный талант (под которым понимаются умения и базовые навыки межличностного общения), неординарность и оригинальность, жизненный и профессиональный опыт, техническая компетентность, заслуженный авторитет, внешние данные. На основе базиса исследования Н. С. Димченко, в результате опроса 598 менеджеров ответы распределились так: внешние данные — 1 %, авторитет — 4 %, техническая компетентность — 8 %, жизненный опыт — 10 %, неординарность — 36 %, «божий дар» — 41 %. Последние обозначенные в исследовании три пункта касаются очень сложных психологических и поведенческих проблем. Как «божий дар» следует понимать умения и навыки межличностного взаимодействия менеджера с людьми [11, с. 12].

Л. Г. Николаева [12] полагает, что образцовый руководитель в Финляндии непременно должен обладать напористостью в достижении поставленных задач (включающую умеренную агрессивность), а также целеустремленностью.

К качествам личности, которыми должен обладать менеджер в Японии, по мнению руководителей японских компаний, относятся следующие: энергичная инициативность и решительность, в том числе в условиях ситуационного риска; долгосрочное предвидение; поведенческая гибкость; широта взглядов; глобальный подход, умение правильной расстановки кадров и справедливых санкций; готовность и способность выслушивать мнение других; личное обаяние; использование открытого стиля управления, приветствующего сотрудничество; умение четко формировать цели и установки. С. В. Щедроткина отмечает, что у менеджеров Японии сформировываются три группы навыков: технологических, коммуникативных и концептуальных. Технологические навыки напрямую связаны с освоением конкретной профессии. Они, соответственно, превалируют у менеджеров низшего звена. По мере движения вверх по ступеням управленческой вертикали относительное значение этих навыков резко снижается. Их место занимают коммуникативные и концептуальные навыки. Первые имеют непосредственное отношение к человеческому

фактору: воспитание работников и их качественная оценка, установление с ними разносторонних контактов, оказание на них целенаправленного влияния. Такого рода навыки, считают идеологи японского менеджмента, очень важны для разных категорий менеджеров, однако наиболее интенсивно они используются менеджерами среднего звена. Концептуальные навыки — это искусство прогнозировать события, планировать деятельность больших групп людей, принимать ответственные решения, определять стратегическую политику развития организации. Вышеописанные навыки должны быть присущи менеджерам среднего и особенно высшего звена [13, с. 139].

Российские исследователи давно спорят о том, какими же качествами и индивидуальными особенностями должен обладать российский менеджер. Одни полагают, что важны сила воли, решительность, смелость, умение направлять других. Другие же считают, что важны широкий кругозор, глубокие теоретические и практические познания в экономических и управленческих дисциплинах, знание разных иностранных языков, умение пользоваться техническими средствами, а также специализация, которая определяет оптимальную для работы конкретного менеджера сферу бизнеса [1, с. 121–122]. Например, Э. Р. Сафаргалиев [14] перечисляет следующие требования к будущему менеджеру: профессиональная компетентность; коммуникационная готовность к общению; развитая способность к творческим подходам в решении профессиональных задач в любых условиях; стойкое, осознанное, положительное отношение к своей профессии, стремление к постоянному, личностному и профессиональному совершенствованию, к достижению акме-вершины; потребность в непрерывном образовании и самообразовании; владение на высоком уровне методами оптимизации и реновации; понимание тенденций и основных направлений развития науки и техники. Поэтому, точно не известно, какие именно квалификационные требования должны преобладать в реальной модели идеального менеджера. Но точно понятно, что только в комплексном единстве всех предложенных характеристик сформируется образцовый портрет для менеджера.

О важности оптимального выбора конкретного менеджера в фирму может свидетельствовать его роль в организации коммуникационных процессов. Коммуникации в управлении — это взаимообмен информацией при подготовке, организации и обеспечении реализации управленческих решений. В ее функции входит оптимальная организация информационных потоков в организации с главной задачей эффективного управления, особенно высокотехнологичными процессами. При этом нужно отметить, что с помощью полученных данных в ходе различных коммуникаций субъект управления: обозначает и планирует реальные

потребности в информации для каждого функционального звена системы управления; организует с последующим обеспечением информационную поддержку системы организационного управления в целом; генерирует рациональные способы и отдельные процедуры подготовки и внедрения управленческих решений; разрабатывает и внедряет инновационные информационные технологии в системе управления; координирует и контролирует реализацию управленческих решений, обеспечивая исполнительскую дисциплину работников; формирует, устанавливает и реализует единую техническую политику в сфере информационных технологий в управлении [4, с. 230].

Менеджер-профессионал должен знать и соблюдать: основы деловых и личностных взаимоотношений, возникающих в процессе управления между отдельными структурами менеджеров и различными группами работников; субординацию и дисциплинарную корректность отношений органов управления и менеджеров как внутри системы, так и с внешней средой (корпоративными и глобальными информационными системами); порядок слаженности усилий отдельных исполнителей и различных групп (подразделений, элементов корпораций); последовательность и содержание структур информационного обеспечения управления, особенности сбора, обработки, систематизации, хранения, передачи данных и отдельных информационных блоков; пределы реально доступных инициатив в использовании средств и методов обеспечения и регламентации процесса управления [5, с. 46].

Е. А. Климов, изучает профессионализм на основе базовых составляющих: человек и его индивидуальные особенности рассматриваются как целое; учитываются в некоторой мере при базовой характеристике профессионала специфические черты, а именно его навыки, умения; рассматриваются определённые черты, то как специалист-профессионал принимает и обрабатывает информацию, работает с ней в определенных условиях, как умеет принимать и реализовывать на практике управленческие решения; важен уровень информированности профессионала, то как он ориентируется в различных областях знаний, в том числе узкой направленности; учитываются психологические особенности профессионала, насколько интенсивно он переживает события, разные трудности и психологические перегрузки в своей профессиональной деятельности; как профессионал воспринимает себя и свои качества относительно своей профессиональной деятельности [7, с. 84]. Без перечисленных качеств и свойств профессионала, в управлении, довольно-таки сложно достичь высоких результатов.

Необходимо затронуть вопрос, каким менеджер не должен быть. Плохой менеджер-руководитель —

не просто слабый и малоэффективный, не отвечающий базовым требованиям и запросам, но такой, который по причине своих недочётов или реальных слабостей, выступающих как неблагоприятные факторы, сам создает и невольно формирует многие психологические проблемы в процессе управления, делает его несколько затрудненным, а порой и экстремально аномальным (при этом специалист может вообще не понимать порождаемых им проблемных ситуаций либо осознавать, но ничего не делать в реальном времени для их разрешения или даже пытаться обосновать их появление). Естественно, можно говорить о плохом управлении, которое осуществляется таким руководителем. Главный вопрос о том, откуда возникают плохие управленцы и почему их в последнее время становится так много, никем серьезно не изучался. С целью восполнить этот пробел

В. Г. Зыбкин провел экспертную оценку проблемы. Мнения многих экспертов — эффективных менеджеров-практиков и специалистов в области психологии и социологии управления — позволили выявить следующие типы плохих руководителей (менеджеров): 1) «очень талантливый родственник» какого-нибудь большого начальника (анализ реальной ситуации позволяет сделать вывод, что это самая многочисленная группа); 2) представитель какой-либо влиятельной (на данный момент) команды или партии, назначенный в целях обеспечения принадлежности данной руководящей должности этой группе (ради усиления прямого влияния или простой выгоды); 3) временный (ожидающий) заместитель, назначенный с целью зарезервировать (временно попридержать) руководящую должность для кого-то другого; 4) ситуативный политический лидер; 5) нейтральная фигура (ни на что не претендует, лишен реальных амбиций, поэтому и устраивает различные конкурирующие группировки) [6, с. 100].

Таким образом, можно сделать ряд выводов:

1. Изучение психологических теорий развития личности и современных подходов к обозначенной проблеме позволило выявить внутреннюю сторону формирования универсального портрета современного руководителя. Социально-психологический портрет менеджера должен включать в себя систему психологических характеристик и индивидуальных особенностей, которые устойчиво проявляются не только в манере поведения руководителя в процессе делового общения, но и в стиле его мышления, в индивидуальных особенностях принятия и реализации отдельных решений, поиска управленческих схем. Безусловно, менеджер является главной фигурой современной организации, в процессе работы он эффективно сотрудничает с другими сотрудниками. Понимание психологии, использование психологических особенностей и отдельных социо-культурных характеристик большинства сотрудников позволяет

эффективно организовать слаженную работу коллектива.

2. Эффективное руководство предполагает наличие определенных личностных качеств и ресурсов у менеджера. К числу наиболее часто упоминаемых в различных исследованиях черт личности относятся: уверенность в себе, эмоциональная уравновешенность и способность к эмпатии, стрессоустойчивость в различных ситуациях, инновационность и креативность, стремление к достижению цели, предприимчивость, ответственность, надежность в выполнении заданий любой сложности, независимость, общительность.

3. В результате, современный менеджер — это, во-первых, всесторонне развитая личность, которая обладает необходимым багажом знаний, умений, навыков и необходимой квалификацией для выполнения возложенных обязанностей. Во-вторых, это важная часть коллектива, способствует его формированию, функционированию и развитию. В-третьих, это личность, обладающая определенными качествами, способная создавать коммуникации и поддерживать нормальные профессиональные и личностные отношения. В-четвертых, это специалист, который стремится к постоянному развитию; работник, преданный компании, готов защищать ее интересы, исполнитель определенной работы, который выполняет ее качественно и своевременно. ■

---

1. Кадникова О. В., Козлов А. В. Профессиональные качества личности менеджера в разных странах // Мир педагогики и психологии: международный научно-практический журнал. – Нижний Новгород, 2017. – №6(11). С. 118-125.

2. Зайцев А. С. Психологические особенности личности и деятельности руководителя (менеджера). 2015. №1. Часть 1. URL: <https://www.science-education.ru/pdf/2015/1/1595.pdf> (дата обращения 25.05.2021).

3. Брит Н. В. Современный портрет эффективного руководителя: постановка проблемы // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2020. № 50. С. 159-167.

4. Ильминская С. А., Голоктионов Д. А. Проблемы комплексного представления ролевого портрета менеджера // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2014. – № 1 (9). – С. 227-234.

5. Андруник А. П., Черданцев В. П., Тронина М. В. Современные пути повышения эффективности управления персоналом. Монография. – М: изд-во Учебно-методического центра сельскохозяйственного консультирования и переподготовки кадров агропромышленного комплекса, 2014. – 338 с.

6. Зыбкин В. Г. Плохой руководитель: психологический взгляд на проблему. Экономические и социально-гуманитарные исследования, 2014. № 3-4. С. 96-101.

7. Климов Е. А. Пути в профессионализм (Психологический взгляд). М.: МПСИ, 2017.

8. Палінчак В. М. Наукові підходи до визначення професійних якостей менеджера в США / В. М. Палінчак // Науковий вісник Ужгородського національного

університету. Серія : Педагогіка. Соціальна робота. - 2015. - Вип. 35. - С. 136-137.

9. Білошапка В. Зміст та пріоритети управлінської роботи менеджерів ТНК / В. Білошапка //Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 10 (89). – С. 19-22.

10. Похлебаєва Д. Основні етапи становлення і розвитку освіти менеджерів у Великобританії // Педагогіка і психологія проф. осв. – 2013. – № 5. – С. 224–234.

11. Димченко Н. С. Модель сучасного менеджера-професіонала // Вісник Сумського національного аграрного університету. – 2013. – № 12. – С. 10-13.

12. Николаева Л. Г. Разработка рекомендаций по совершенствованию менеджмента России на основе сравнительного анализа моделей менеджмента Швеции, Финляндии, Франции и современной России // IX Всероссийская конференция «Молодёжь и наука», секция «Экономика страны глазами нового поколения: теория и практика современного менеджмента». Материалы конференции. URL: <http://elib.sfu-kras.ru/bitstream/handle/2311/11434/s021-025.pdf?sequence=1> (дата обращения 25.05.2021).

13. Щедроткина С. В. Подготовка менеджеров в различных странах // Генезис экономических и социальных проблем субъектов рыночного хозяйства в России: сб. науч. тр. Иваново: ИВГПУ, 2016. Вып. X. С. 135-140.

14. Сафаргалиев Э. Р. Расширение профессиональной деятельности менеджера как основа введения дополнительных направлений // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2012. №1(09). URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/25726614.pdf> (дата обращения 25.05.2021)

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

Кадникова О. В., Козлов А. В. Профессиональные качества личности менеджера в разных странах // Мир педагогики и психологии: международный научно-практический журнал. – Нижний Новгород, 2017. – №6(11). С. 118-125.

Похлебаєва Д. Основні етапи становлення і розвитку освіти менеджерів у Великобританії // Педагогіка і психологія проф. осв. – 2013. – № 5. – С. 224–234.

Димченко Н. С. Модель сучасного менеджера-професіонала // Вісник Сумського національного аграрного університету. – 2013. – № 12. – С. 10-13.

Николаева Л. Г. Разработка рекомендаций по совершенствованию менеджмента России на основе сравнительного анализа моделей менеджмента Швеции, Финляндии, Франции и современной России // IX Всероссийская конференция «Молодёжь и наука», секция «Экономика страны глазами нового поколения: теория и практика современного менеджмента». Материалы конференции. URL: <http://elib.sfu-kras.ru/bitstream/handle/2311/11434/s021-025.pdf?sequence=1> (дата обращения 25.05.2021)

Щедроткина С. В. Подготовка менеджеров в различных странах // Генезис экономических и социальных проблем субъектов рыночного хозяйства в России: сб. науч. тр. Иваново: ИВГПУ, 2016. Вып. X. С. 135-140.

Сафаргалиев Э. Р. Расширение профессиональной деятельности менеджера как основа введения дополнительных направлений // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2012. №1(09). URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/25726614.pdf> (дата обращения 25.05.2021).

Зайцев А. С. Психологические особенности личности и деятельности руководителя (менеджера). 2015. №1. Часть 1. URL: <https://www.science-education.ru/pdf/2015/1/1595.pdf> (дата обращения 25.05.2021).

Брит Н. В. Современный портрет эффективного руководителя: постановка проблемы // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2020. № 50. С. 159-167.

Ильминская С. А., Голоктионов Д. А. Проблемы комплексного представления ролевого портрета менеджера // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2014. – № 1 (9). – С. 227-234.

Андруник А. П., Черданцев В. П., Тронина М. В. Современные пути повышения эффективности управления персоналом. Монография. – М: изд-во Учебно-методического центра сельскохозяйственного консультирования и переподготовки кадров агропромышленного комплекса, 2014. - 338 с.

Зазыкин В. Г. Плохой руководитель: психологический взгляд на проблему. Экономические и социально-гуманитарные исследования, 2014. № 3-4. С. 96-101.

Климов Е. А. Пути в профессионализм (Психологический взгляд). М.: МПСИ, 2017.

Палінчак В. М. Наукові підходи до визначення професійних якостей менеджера в США / В. М. Палінчак // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Педагогіка. Соціальна робота. - 2015. - Вип. 35. - С. 136-137.

Білошапка В. Зміст та пріоритети управлінської роботи менеджерів ТНК / В. Білошапка //Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 10 (89). – С. 19-22.

---

### Social and psychological portrait of the manager of the XXI century

© Kubanov R., 2022

The study analyzes the social and psychological characteristics of the portrait of a 21st century manager. Deals with behavioral, situational and leadership theories of management. The emphasis is made on the fact that the current state of management theory indicates the transition to a new system of views on management. The key points of the new management paradigm are the following factors: organizational culture, democratization of management, leadership style and leadership. The article provides a comparative characteristic of the professional qualities of a manager's personality, which are distinguished in some countries. The communicative aspect of the manager's activity is considered. Personal and professional skills, as well as behavioral characteristics of a modern manager are analyzed.

The author adheres to the position that a bad manager is not just a weak and ineffective, does not meet the requirements, but one who, due to his shortcomings or weaknesses, acting as extreme factors, himself creates many psychological problems in management, makes it difficult, and sometimes even extreme. The study allows us to conclude that the socio-psychological portrait of a manager should include a system of psychological characteristics that are steadily manifested not only in the style of the leader's behavior in the process of business communication, but also in the style of his thinking, in the individual characteristics of making and implementing

decisions, searching management schemes. Of course, the manager is the main figure of the organization, in the process of work he effectively cooperates with other people. Understanding psychology, using the psychological characteristics of people allows you to organize well-coordinated work of the team.

*Keywords:* manager, leader, manager's activity, socio-psychological portrait of a manager, management theory, management paradigm, psychological approaches and management methods

УДК 65.015.3

## СПЕЦИАЛЬНАЯ ОЦЕНКА РАБОЧИХ МЕСТ ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УСЛОВИЙ ТРУДА НА ПРИМЕРЕ ХИМИЧЕСКОГО ЗАВОДА «АНГАРА-РЕАКТИВ»

© Литвинова М. Н., 2022

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Данная статья включает и обобщает результаты исследования, проведенного в 2021 году студенткой 1 курса магистратуры Сибирско-американского факультета Байкальской международной бизнес-школы. Задачей исследования было определение уровня обеспечения рабочих мест надлежащим уровнем условий труда в соответствии с документацией. Были предложены рекомендации по улучшению условий труда на рабочих местах на предприятии с целью повышения лояльности сотрудников, создания благоприятной обстановки и устранения факторов, влияющих на заболеваемость.

*Ключевые слова:* условия труда, предприятие, персонал, оценка

На сегодняшнее время во многих производственных компаниях наблюдаются проблемы в сфере обеспечения надлежащих условий труда для персонала.

Условия труда — это совокупность факторов, влияющих на организм человека и его работоспособность в процессе пребывания на рабочем месте [1]. Более того для правильного определения условий труда на предприятии проводится специальная оценка. Специальная оценка условий труда представляет собой комплексное проведение оценивания отклонения показателей от нормативных и обнаружения вредных и (или) опасных факторов условий труда на рабочих местах [1].

В ходе проведенного анализа автором данной работы были проанализированы условия труда на рабочих местах на химическом заводе ООО «Ангара-Реактив», выявлены проблемы в данной сфере компании и предложены мероприятия по улучшению условий труда внутри компании. Предприятие ООО «Ангара-Реактив» было основано в 2001 году. ООО «Ангара-реактив» является единственным представителем малой химии в Восточной Сибири, осуществляющим производство химической продукции основного органического синтеза. Производство химической продукции осуществляется на базе ранее созданного Ангарского завода химических реактивов. В настоящее время ООО «Ангара-Реактив» является уникальным, многопрофильным предприятием, сохранившим номенклатуру продукции, ранее выпускавшейся ОАО «Сибреактив», и

востребованной в настоящее время покупателями. Спектр применения продукции очень широк: это реактивы для электротехнической, авиационной, кожевенной, металлургической, лакокрасочной промышленности, товары народного потребления, химические реактивы для различных органических синтезов.

Предприятие расширяет рынки сбыта производимой продукции, так как не просто работает, а развивается, разрабатывая и предлагая новые товары, по соотношению цены и качества, не уступающие известным брендам. Заказы на продукцию приходят от предприятий Москвы, Санкт-Петербурга, Перми, Татарстана, Узбекистана, Белоруссии, производятся поставки в Монголию, на Дальний Восток, в Читинскую и Иркутскую области и другие регионы нашей страны [2]. Основными профессиями, чьи условия труда были изучены в компании являются: аппаратчик производства химреактивов, укладчик-упаковщик, инженер-технолог, мастер производства, слесарь-ремонтник, электромонтер по ремонту и обслуживанию электрооборудования, литейщик пластмасс, оператор технологических установок, машинист компрессорных и насосных установок, кладовщик.

На данный момент по условиям Федерального закона [1] выделяются четыре класса условий труда. На производстве компании в основном можно увидеть лишь третий класс условий труда и некоторые его подклассы. Третий уровень относится к неблагоприятным факторам, в котором превышает допустимая норма вредных и (или)

опасных условий труда. В компании присутствует три подкласса из четырех возможных. В первом подклассе считается что на работника действуют такие условия труда, при которых его организм не может восстановиться до начала следующего рабочего дня или смены. При подклассе 3.2 действуют такие вещества, которые могут вызвать функциональные изменения в организме работника и привести к развитию начальных форм профессиональных заболеваний. В третьем

подклассе воздействие веществ могут также создавать функциональные изменения в организме сотрудника и привести к развитию профессиональных заболеваний легкой и средней степени тяжести [1].

Таким образом изучив авторами теоретические аспекты условий труда, были выявлены опасные и вредные производственные факторы, влияющие на сотрудников компании. Данные факторы представлены в таблице 1.

Таблица 1. Опасные и вредные производственные факторы

Источник возникновения	Биологическое действие
<b>Химический фактор</b>	
Вредные вещества: соляная кислота, серная кислота и т.д.	Возможность отравления парами; Химические ожоги.
<b>Микроклимат</b>	
Повышенная или пониженная температура воздуха рабочей зоны или влажность воздуха	Простудные заболевания; Ухудшение самочувствия.
<b>Освещение</b>	
Низкий уровень освещенности	Усталость глаз и переутомление, что приводит к снижению работоспособности; Головные боли.

Такие факторы являются ключевыми и играют большую роль при создании оптимальных условий труда на предприятии ООО «Ангара-Реактив». Для уменьшения опасного и вредного воздействия на сотрудников компании отдел безопасности разработал следующие мероприятия согласно законодательству:

- контроль за содержанием вредных веществ в воздухе в рабочих помещениях;
- лечено-профилактическое питание;
- ограничение времени воздействия химического фактора (технологические перерывы, сокращенный рабочий день);
- использование специальной защитной одежды;

- проведение инструктажей и обучения.

Не смотря на создание оптимальных условий труда в компании ООО «Ангара-Реактив» были выявлены недочеты в создании оптимальных условий на рабочем месте сотрудников. Проведя опрос, было выявлено что многие работники не довольны условиями труда в некоторых помещениях. Например, сотрудники жаловались на плохую освещенность в производственных помещениях и на недостаточно скорректированный температурный режим. В таблице 2 представлены показатели, связанные с освещенностью участка по производству растворителей и товаров народного потребления.

Таблица 2. Фактические и нормативные значения измеряемых параметров

Наименование измеряемых параметров, рабочей поверхности	Фактическое значение	Значение по нормам	Время пребывания, %	Класс условий труда
ПЭТ зал			85	
КЕО (коэффициент естественного освещения), %	0	0,5		3.2
Освещенность рабочей поверхности (общая), лк	135	200		3.1
Заключение				3.2

Таким образом исходя из представленной таблицы можно сделать вывод что действительно выявляется недостаточное освещение рабочей поверхности. Данные значения компания обязана скорректировать с требованиями СНиП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещение». При таких низких значениях и отсутствии естественного освещения в производственных помещениях у сотрудников могут возникать заболевания глаз и

общие недомогания в связи с тем, что свет является одним из стимулирующих факторов для существования живого организма.

Следующая проблема, которая была выявлена автором данной работы — это отсутствие должного отопления в помещениях работы энергослужбы компании ООО «Ангара-Реактив». В таблице 3 можно наглядно проследить как не выполняются

нормативные показатели по температурному режиму в помещениях.

Таблица 3. Состояние условий труда по показаниям микроклимата для электромонтера по обслуживанию и ремонту электрооборудования

Фактор производственной среды	Норматив ПДК, ПДУ	Фактическое значение	Время воздействия в %
Температура воздуха (теплое время года), 0С	17	14	65
Температура воздуха (холодное время года), 0С	-13,7	-20,03	30
Класс условий труда 3.3			

Исходя из таблицы 3 можно сделать вывод что температурный режим в теплое и холодное время года имеет достаточно большие отклонения от нормативных значений. Таким образом многие сотрудники, работающие в данных условиях больше подвержены заболеваниям, как в летний, так и в зимний периоды. Это может плохо сказываться на рабочей деятельности предприятия, поскольку часто

уходят в больничный отпуск и экономически это является невыгодным для компании.

Для того чтобы улучшить условия рабочего места сотрудников в компании ООО «Ангара-Реактив» были предложены несколько мероприятий. Более того автором работы были изучены уже существующие мероприятия, которые позволяют сделать условия работы сотрудников более комфортными [4].

Таблица 4. Мероприятия по улучшению условий труда на ООО «Ангара-Реактив»

Уже существующие мероприятия	Мероприятия, предлагаемые для внедрения
Микроклимат	
СИЗ: куртка на утепленной прокладке, утепленные сапоги, валенки, перчатки комбинированные.	Установка тепловой завесы в семи производственных помещениях.
Освещение	
Своевременная замена ламп; Чистка стекол световых проемов.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Установка дополнительного освещения на рабочих местах;</li> <li>Обеспечение достаточно равномерного распределения яркости на рабочей поверхности.</li> </ul>
Химический фактор	
Контроль за содержанием вредных веществ в воздухе рабочих помещений; Лечебно-профилактические мероприятия; Ограничение времени воздействия химического фактора; СИЗ: спецодежда, противогаз, резиновые перчатки, очки.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Автоматизировать технологический процесс, герметизация оборудования;</li> <li>Обучить работников новым безопасным методам;</li> <li>Сократить время воздействия химического фактора;</li> <li>Заменить молоко на специализированный продукт диетического питания.</li> </ul>

В таблице 4 можно наглядно и структурировано изучить мероприятия, которые предлагаются автором данной работы. В данной таблице присутствуют и мероприятия, которые уже применены в компании, но как показывает опрос сотрудников данные мероприятия не являются идеальными для создания комфортных условий труда. Таким образом главные факторы, которые стоит улучшить в первую очередь — освещение, микроклимат и химический фактор.

Для улучшения микроклимата в зонах, где достаточно низкие температуры как в теплый

период, так и в холодный предлагается установка тепловых завес на входе в такие помещения. Данная завеса может формировать сильный атмосферный поток, который имеет предназначение как невидимого барьера, который обеспечивает непроходимость холодного воздуха в помещение. Таким образом в помещениях, где будет установлена такая завеса сотрудникам будет легче работать, реже будут возникать простудные заболевания и для руководства компании не будет убытков связанные с отсутствием сотрудников на рабочем месте.

Следующим предложением является установка дополнительного освещения. Автором данной работы были произведены расчеты для правильной установки новых ламп в помещения работы сотрудников. Таким образом в зале упаковки товара предлагается установка новых двадцати восьми светильников типа ВЗГ (взрывозащищенный герметичный) с лампами ДРЛ (дрессельная ртутная лампа) мощностью 300 Вт [3]. Таким образом это поможет снизить усталость глаз у сотрудников, которую они получают при недостаточном освещении на данный момент. Также возможно улучшение рабочего времени сотрудников, поскольку при достаточном освещении повышается продолжительность ясного видения. ■

1. Федеральный закон от 28.12.2013 N 426-ФЗ (ред. 30.12.2020) «О специальной оценке условий труда» (с изм. и доп., вступ. В силу с 01.01.2021) [Электронный ресурс] – URL: <http://www.consultant.ru/cons> (дата обращения: 20.12.2021)
2. ООО «Ангара-Реактив» [Электронный ресурс] - URL: <http://www.angarareaktiv.ru/> (дата обращения: 27.12.2021)
3. СНИП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещение»

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

ООО «Ангара-Реактив» [Электронный ресурс] - URL: <http://www.angarareaktiv.ru/> (дата обращения: 27.12.2021)

СНИП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещение»

Федеральный закон от 28.12.2013 N 426-ФЗ (ред. 30.12.2020) «О специальной оценке условий труда» (с изм. и доп., вступ. В силу с 01.01.2021) [Электронный ресурс] – URL: <http://www.consultant.ru/cons> (дата обращения: 20.12.2021)

### Special assessment of workplace for improve working conditions the case of the chemical factory «Angara-Reactive»

© Litvinova M., 2022

This article summarizes the results of a research conducted by 1-st year student of the Siberian-American Faculty of the Baikal International Business School of Management. The objective of the article was to determine the level of provision pf workers place with proper working conditions in according with the documentation. Recommendations were proposed to improve working conditions at workplaces in order to increase employee loyalty, create a favorable environmental and eliminate factors that affect the incidence.

*Keywords:* working conditions, enterprise, staff, assessment

УДК 338.24

## СУЩНОСТЬ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА. ЕГО ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ В РОССИИ

© Мусифулина И. И., 2022

Иркутский государственный университет Сибирско-американский факультет менеджмента

В данной статье рассматривается вопрос определений и терминов финансового менеджмента. Финансовый менеджмент — это управление отдельно взятым предприятием или экономикой в целом при помощи финансов. Была раскрыта тема зарождения и эволюции финансового менеджмента в России с момента появления данной научной отрасли до настоящего времени. Его историю можно разделить на 3 временных периода: первый этап — зарождение финансового менеджмента в Российской империи; второй этап — его регресс в СССР; третий этап — «второе рождение» финансового менеджмента в современной России.

*Ключевые слова:* менеджмент, финансовый менеджмент, история развития финансового менеджмента, управление предприятием, управление экономикой

**В** настоящее время финансовый менеджмент затрагивает все основные вопросы управления организацией или экономикой при помощи денег. Безусловно, эта деятельность напрямую связана с рисками и, поэтому, отдельным пунктом в ней является ее минимизация.

В первой половине XX в. финансовый менеджмент зародился как научная дисциплина. Он затрагивает такие вопросы как создание новых предприятий, управление инвестициями и решает проблемы банкротства. Основателем данной научной отрасли был американский финансист Гарри Марковитц. Именно он разработал основные

положения финансового менеджмента и «портфельную теорию», когда занимался разработкой своей докторской диссертации. В 1952 г. была выпущена в свет статья «Выбор портфеля». В ней подробно описывалась математическая модель создания и управления портфелем, также Гарри Марковитц рассчитал математически при помощи формул такие абстрактные понятия «доходность» и «риск».

Финансовый менеджмент в широком смысле слова представляет собой управление финансовыми потоками, в узком смысле — это комплекс процедур и мер по планированию эффективного

использования денежных средств в организации или экономике в целом. В нынешних условиях невозможно переоценить влияние финансового менеджмента.

Перед финансовым менеджментом стоят следующие цели:

- получение прибыли предприятием;
  - минимизация рисков, которые связаны с проблемами, ведущими к банкротству или потерям денег;
  - завоевание своей ниши на рынке и повышение престижа организации.
- помимо этого, перед финансовым менеджментом ставятся следующие задачи:
- управления финансовыми активами предприятия и анализ их использования;
  - выстраивание долгосрочных отношений с другими компаниями;
  - формирование финансовых ресурсов и их последующая оптимизация.

Функционал финансового менеджмента очень обширный. Специалистам данного направления приходится заниматься следующими вопросами:

- краткосрочным и долгосрочным планированием финансовой стратегии предприятия;
- формирование жизнеспособной финансовой структуры предприятия и инвестиционной политики;
- управление оборотными средствами предприятия;
- анализ возможных рисков.

Финансовый менеджмент является частью составной частью менеджмента. Сам же термин «Менеджмент» трактуется как совокупность принципов, методов управления экономикой либо компаний. В сущности же, менеджмент во многом основан на решении проблем, которые носят экономический характер [5]. В ряде учебников дается следующее определение. Финансовый менеджмент представляет собой систему принципов и методов разработки и реализации управленческих решений, связанных с формированием, распределением и использованием финансовых ресурсов для обеспечения необходимой величины и структуры активов в соответствии с целями и задачами предприятия [4]. Всем известно, что действия по реализации финансовых отношений отражаются на всем положении организации.

В научной среде укоренилось мнение о том, использование финансового менеджмента в операционной деятельности напрямую влияет на оптимизацию баланса хозяйствующего субъекта [3]. Поэтому, можно сделать вывод о том, что финансовый менеджмент можно трактовать как управление организацией при помощи финансов.

История развития финансового менеджмента в России насчитывает более ста лет. Изначально он зародился как ответ на потребность в открытии компании, привлечения и грамотном управлении инвестициями и финансами, а также проблем

банкротства. Сейчас финансовый менеджмент занимается изучением ряда вопросов, связанных с управлением предприятием при помощи финансов. К нему примыкает много смежных направлений. Например, финансовый анализ, антикризисное управление, инвестиционный анализ и много других.

Историю становления финансового менеджмента в России можно разделить на 3 этапа:

- первый этап датируется до 1917 года;
- второй этап охватывает период с 1917 г. по 1980-е гг.;
- третий этап начинается с горбачевской перестройки по настоящее время.

До 1917 г. преобладали 2 научные дисциплины, которые были положены в современный финансовый менеджмент. Это финансовые вычисления, которые могли называться как «коммерческие вычисления» или же «коммерческая арифметика», и анализ баланса. Важность коммерческого образования понимали государственные деятели и финансисты, поэтому со второй половины XIX века до 1906 г. было построено более 150 коммерческих школ, некоторые из которых были построены за счет частных инвестиций. В основу обучения были положены коммерческие науки, которые включали в себя коммерческую арифметику. В нее входили техники процентных вычислений, курсовых вычислений и вексельных вычислений. Среди российских ученых, которые занимались изучением этого вопроса выделяются Р.Я. Вейцман, П.М. Гончаров, И.И. Кауфман, Б.Ф. Малешевский, К.И. Светлов и др.

После 1917 г. финансовый менеджмент начал вытесняться из сферы управления страной и его заменили централизованное планирование и контроль за выполнением плановых заданий

В 1921 году была проведена Первая Всероссийская инициативная конференция по научной организации труда и производства. Это событие стало отчетной точкой в истории российского финансового менеджмента. После конференции стали создаваться специализированные институты, научные отделы, лаборатории. Большой вклад в науку в то время внесли Е.Ф. Розмирович, А.К. Гастев, Н.А. Витке, П.М. Керженцев, Ф.Р. Дунаевский, П.М. Есманский и др. Отечественные ученые придерживались мнения о том, что главенствующая роль в производстве принадлежит человеку. «Как бы совершенны ни были машины и аппараты они — творения человеческого труда, и, облегчая работу людям, уменьшая затраты мускульной энергии, они требуют возрастающего нервного напряжения, интеллектуальных усилий, или иначе — нового, более высокого качества рабочей силы, а следовательно, и самого ее носителя — современного работника, который должен быть сознательным винтиком не только для того промышленного предприятия, в котором он

работает, но и сознательным участником всего хозяйственного строительства, да и всей общественной жизни», – писал П.М. Ерманский [2].

Однако, концепции и идеи 1920-х гг. потеряли свою значимость в период правления И.В. Сталина. Плановая экономика полностью вытеснила законы и правила рыночной. Понятие «прибыль» отсутствовало в то время, вместо этого предприятия получали денежные вливания от государства и распределяли их на все нужды. Спрос и предложение в период плановой экономики отсутствовали, государство покупало продукцию заводов вне зависимости от того, сколько он произвел. Потребности конечных потребителей продукции в расчет не брали.

В СССР существовала экономическая система, которая предусматривала жесткие наказания за невыполнение плана и небольшую оплату за успешное его выполнение. Таких понятий как риск, соблюдение сроков и необходимость модернизации не существовало вовсе. В обществе развивался менталитет, который ориентировался на помощь государству в любых ситуациях и работу в условиях жесткого командования, при этом не имея навыки управления финансами. Последствия подобной системы управления в области экономики до сих пор отражаются в экономике нашей страны. Россия сейчас является страной, которая догоняет весь мир.

В состав финансового менеджмента входит бухгалтерский учет, но ввиду особенностей плановой экономики СССР, в нашей стране не был реализован весь его механизм. В 1980-х гг. Советский Союз создает большое число совместных предприятий с участием иностранного капитала, но их функционирование было осложнено из-за разности систем бухгалтерского учета. Проблема развития бухгалтерского учета в СССР была сформулирована в 1989 г. на международном семинаре. По итогам мероприятия совместно с иностранцами были организованы программы по вопросам внесения изменений в бухгалтерскую систему учета и отчетности, а также разработки и реализации программ по подготовке преподавателей и студентов.

После распада СССР Правительство РФ стояло перед потребностью изменения стратегии управления финансами страны. Именно в это время финансовый менеджмент получает новый мощный виток развития. В современных реалиях он позволяет повысить эффективность управления фирмой и ее экономической составляющей. Важность управления финансами подтверждается тем, что с 1995 г. дисциплина «Финансовый менеджмент» является обязательным компонентом обучения специалистом экономических специальностей.

Финансовый менеджмент был признан в России в 1990-е гг. Это связано с публикацией ряда исследований представителей англо-американской финансовой школы, таких как Р. Брейли, Ю. Бригхем и У. Шарпа [3]. Среди российских

исследователей можно выделить Г. Б. Поляк, Е. С. Стоянов, И. А. Бланк, А. З. Бобылева. Профессор А. З. Бобылева отмечала, что финансовый менеджмент — это самостоятельная дисциплина, и сравнивать ее с другими нерационально. К примеру, она приводит параллель с вождением. Финансовый менеджмент похож по своей структуре непосредственно с управлением автомобилем, а финансы корпораций — с устройством и ремонтом транспортного средства. По мнению А. З. Бобылевой, первый курс связан с управленческими технологиями, а второй позволяет выявить фундаментальные закономерности и глубинные взаимосвязи [1].

В современном финансовом менеджменте стали уделять большое внимание долгосрочным стратегиям развития. Это связано с тем, что происходит повсеместная глобализация и развитие информационных технологий. Условия спроса и предложения меняются, а вместе с ними и меняется экономика в целом. Уже недостаточно определить основные показатели и динамику их развития, важнее стоит проблема оптимальных соотношений между ними. ■

---

1. Бобылева А. З. Финансовый менеджмент. Проблемы и решения: учебник / Бобылева А.З. – 2 переиздание – М.: Дело, 2008 г. – 336 с.- стр.21

2. Карасева И. М. Финансовый менеджмент: учебное пособие / Карасева И.М. - М.: Омега-Л., 2006 – 336 с. ISBN 978-5-365-00910-3. С. 67.

3. Ковалев В. В. Финансовый менеджмент; теория и практика: учебник / Ковалев В.В. – 3 переиздание - М.: Проспект, 2017. – 1104 с. ISBN 978-5-392-21433-4 С.347.

4. Лисовская И. А. Основы финансового менеджмента: учебное пособие / Лисовская И.А. – М.: Теис, 2006. – 120 с. ISBN 978-5-370-02222-7. С.34.

5. Словари и энциклопедии: сайт. URL: <http://dic.academic.m/dic.nsf/es/82385/менеджмент> (дата обращения: 13.01.2022). – Текст: электронный.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Бобылева А. З. Финансовый менеджмент. Проблемы и решения: учебник / Бобылева А.З. – 2 переиздание – М.: Дело, 2008 г. – 336 с.- стр.21

Карасева И. М. Финансовый менеджмент: учебное пособие / Карасева И.М. - М.: Омега-Л., 2006 – 336 с. ISBN 978-5-365-00910-3. С. 67.

Ковалев В. В. Финансовый менеджмент; теория и практика: учебник / Ковалев В.В. – 3 переиздание - М.: Проспект, 2017. – 1104 с. ISBN 978-5-392-21433-4 С.347.

Лисовская И. А. Основы финансового менеджмента: учебное пособие / Лисовская И.А. – М.: Теис, 2006. – 120 с. ISBN 978-5-370-02222-7. С.34.

Словари и энциклопедии: сайт. URL: <http://dic.academic.m/dic.nsf/es/82385/менеджмент> (дата обращения: 13.01.2022). – Текст: электронный.

## History of the development of financial management in Russia

© Musifulina I., 2022

This article deals with the issue of definitions and terms of financial management. Financial management is the management of a single enterprise or the economy as a whole with the help of finance. The theme of the origin and evolution

of financial management in Russia since the emergence of this scientific field to the present was revealed. Its history can be divided into 3 time periods: the first stage is the birth of financial management in the Russian Empire; the second stage is its regression in the USSR; the third stage is the «second birth» of financial management in modern Russia.

*Keywords:* management, financial management, history of financial management development, enterprise management, economic management

УДК 339

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ ОТЧЕТА О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ

© Пешкова Н. Р., 2022

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, г. Владивосток

В данной публикации приведено совершенствование составления отчета о финансовых результатах в качестве информационной базы для принятия рациональных управленческих решений. В результате написания статьи предложен вариант по модификации формы отчета о финансовых результатах путем добавления новых показателей, таких как субсидии, расходы по безвозмездному финансированию, доходы (расходы) прошлых лет, выявленных в текущем году, и других показателей. Кроме этого, предлагается изменить названия существующих показателей в отчете о финансовых результатах: проценты к получению (к уплате) на доходы (расходы) по процентам, прибыль (убыток) от продаж на прибыль (убыток) от обычных видов деятельности и себестоимость продаж на себестоимость. В модифицированной форме отчета о финансовых результатах рассматривается расширить методы представления расходов от обычных видов.

*Ключевые слова:* отчет о финансовых результатах, «метод по характеру затрат», «метод по функции затрат», субсидии, проценты к получению, проценты к уплате, прибыль (убыток) прошлых лет

**В** настоящий период в России ведется непрерывная и постепенная работа по совершенствованию методики представления показателей в отчете о финансовых результатах, сближая российские стандарты бухгалтерского учета с международными стандартами финансовой отчетности.

Направленность по совершенствованию на международный опыт очень важна с точки зрения значимости достоверной информации для принятия стратегических решений внутренними и внешними пользователями такой отчетности [1]. Предлагаемая модифицированная форма отчета о финансовых результатах должна обладать более высокой прозрачностью и информативностью, что необходимо для выявления проблем в организации и для выбора направлений инвестирования капитала, а также для прогнозирования отдельных показателей.

Приведем некоторые изменения, которые должны поспособствовать совершенствованию и увеличению прозрачности отчета о финансовых результатах. В первую очередь отметим, что в настоящее время отражение расходов в отчете о финансовых результатах по российским стандартам возможно только методом «по функции затрат». В основе данного метода принята функциональная классификация расходов в зависимости от их функций, как части себестоимости реализованных товаров, работ или услуг и административных расходов. Например, расходы по амортизации тепловоза и по оплате труда работников

локомотивных бригад будут отражены по строке «Себестоимость» отчета о финансовых результатах. А расходы по амортизации административного офиса и по заработной плате начальника локомотивного депо отражаются как управленческие затраты по строке «Управленческие расходы» отчета.

В то время как по международным стандартам предусмотрено два варианта представления расходов: «по характеру затрат» и «по функции затрат». Согласно «методу по характеру затрат» предполагается отражение информации о расходах в зависимости от их характера. К примеру, заработная плата бухгалтерской службы должна отражаться по строке «расходы по оплате труда» отчета о финансовых результатах, или амортизация административного офиса будет отражена по статье «амортизация» и так далее.

Таким образом, внедрение двух методик классификации расходов по обычным видам деятельности в отчете о финансовых результатах даст возможность представить информацию о расходах для пользователя, принимающего стратегическое решение, с двух сторон: по их функциям или по характеру используемых ресурсов. Также отметим, что можно представить расходы по элементам затрат в рамках операционных сегментов с целью принятия рациональных решений о распределении ресурсов и подведению итогов деятельности по каждому виду деятельности [2].

Вторым изменением предлагается поменять трактовку некоторых строк отчета о финансовых

результатах, таких как, «Прибыль (убыток) от продаж» на «Прибыль (убыток) от обычных видов деятельности». Данное изменение раскроет смысл информации для пользователей отчетности, так как не все организации получают прибыль (убыток) от операций продажи, как от обычного вида деятельности. Аналогично, целесообразно изменить формулировку и по строке «Себестоимость продаж» на «Себестоимость» [3].

Следующее изменение, которое рассматривается внести в форму отчета о финансовых результатах – это дополнение отдельных строк для отражения государственной помощи «Субсидии» и «Расходы по безвозмездному финансированию». Многие организации получают субсидии от государства, например, холдингу ОАО «РЖД» предоставляется компенсация в связи с государственным регулированием цен и тарифов на работы и услуги. Эти средства относятся на погашение дебиторской задолженности либо на прочие расходы (доходы) [4].

Таким образом, из прочих расходов (доходов) необходимо исключить расходы, полученные безвозмездно от государства, что позволит более реально отражать операции в учете и отчетности.

Полагаем, что для принимающих решения лиц гораздо более информативным и удобным будет переименование статьи «Проценты к получению» в статью «Доходы по процентам» и соответственно статьи «Проценты к уплате» на «Расходы по процентам», так как отражаемые доходы (расходы) в виде процентов могут быть уже получены организацией, а не ожидаться к получению.

В связи с осуществлением возможности выполнять проводки изменений, относящиеся к прошлому финансовому году, ссылочной датой текущего года возникают доходы (расходы) прошлых лет. Данные изменения вносятся, если требуется, например, исправить ошибки прошлых лет путем сторнирования необоснованных записей в учете или, наоборот, начислением дополнительных сумм, не учтенных ранее.

Также работа ссылочными датами возникает в результате долгого сбора документов по модернизации основного средства,

совершенствования законодательства, например, по уточнению критериев отнесения имущества к движимому и недвижимому типу имущества и так далее. Вследствие вышеописанной информации возникают прочие доходы (расходы) прошлых лет, которые проведены ссылочной датой текущего года.

В бухгалтерском учете прибыль прошлых лет, выявленную в отчетном году, отражают в составе прочих доходов по кредиту счета 91 «Прочие доходы» на дату ее выявления [5]. А убытки прошлых лет, выявленные в отчетном году, отражают в составе прочих расходов по дебету счета 91 «Прочие расходы» на дату их выявления [6]. Согласно Положению от 29 июля 1998 года № 34н доходы и расходы прошлых лет, выявленные в текущем году, относятся на финансовый результат организации отчетного года, в котором они были выявлены [4].

В связи с этим, предлагаем в отчете о финансовых результатах добавить строки «Доходы (расходы) прошлых лет, выявленные в текущем году». И, соответственно, добавить строки «Прибыль прошлых лет, выявленная в текущем году» и «Убыток прошлых лет, выявленный в текущем году» [7–16].

Ведь информация о финансовых результатах организации необходима для оценки контроля изменения в ресурсах в будущем, прогнозирования будущей прибыли и денежных потоков от использования ресурсов. Организация строк прибылей и убытков прошлых лет, выявленных в текущем периоде, будут способствовать упрощению процедур по трансформации отчетности по российским стандартам бухгалтерского учета в международные стандарты финансовой отчетности. Поскольку в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности прибыли (убытки) прошлых лет, выявленные в отчетном периоде, отражают ретроспективно в нераспределенной прибыли.

В целом, все изменения, которые могут способствовать повышению информации в отчете о финансовых результатах и совершенствовать его трансформацию в отчет о совокупном доходе, составленный по международным стандартам, можно представить в таблице 1.

Таблица 1. Модифицированный отчет о финансовых результатах

Наименование показателя / Indicator		3a_20XX / For_20XX	3a_20X X/ for_20X X
Выручка (нетто) / Revenue			
«Метод по функции затрат» / «Cost function method»	«Метод по характеру затрат» / «Nature-of-cost method»		
Себестоимость / Cost	Материальные расходы / Material costs		
Валовая прибыль (убыток) / Gross profit (lesion)	Расходы на оплату труда / Labor costs		
	Топливо / Fuel		
	Электроэнергия / Electricity		

Коммерческие расходы / Commercial expenses	Отчисления на социальные нужды / Social contributions		
Управленческие расходы / Administrative expenses	Амортизация / Amortization		
	Прочие расходы / Other expenses		
Прибыль (убыток) от обычной деятельности / Profit (loss) from ordinary activities			
Субсидии / Subsidies			
Расходы по безвозмездному финансированию / Expenses on gratuitous financing			
Доходы от участия в других организациях / Income from participation in other organizations			
Доходы по процентам / Interest income			
Расходы по процентам / Interest expense			
Прочие доходы / Other income			
Доходы прошлых лет, выявленные в текущем году / Revenues of previous years revealed in the current year			
Прочие расходы / Other expenses			
Расходы прошлых лет, выявленные в текущем году / Expenses of previous years revealed in the current year			
Прибыль (убыток) до налогообложения / Profit (loss) before taxation			
Налог на прибыль: Income tax:			
В том числе / Including:			
Текущий налог на прибыль / Current incometax			
Отложенный налог на прибыль / Deferred income tax			
Чистая прибыль (убыток) / Net profit (loss)			
Прибыль (убыток) прошлых лет, выявленная в текущем году / The profit (loss) of previous years, revealed in the current year			
Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода / The result of revaluation of non-current assets, not included in the net profit (loss) of the period			
Наименование показателя / Indicator		За __20XX / For__20XX	За __20X X/ for__20X X
Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода / Result from other operations not included in the net profit (loss) of the period			
Налог на прибыль от операций, результат которых не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода / Income tax on transactions, the result of which is not included in the net profit (loss) of the period			
Совокупный финансовый результат / Total financial result			

Таким образом, полученный модифицированный отчет о финансовых результатах предоставит заинтересованным пользователям более прозрачную и достоверную информацию о результатах деятельности компании на отчетную дату, так как включает больший объем информации.

Несмотря на то, что методика формирования отчета о финансовых результатах по российским стандартам основывается на международных стандартах, они не тождественны. Предложенный модифицированный отчет о финансовых результатах является более понятным и прозрачным для принятия решений и анализа данных в соответствии с международными нормами, например, появление строки «Амортизация» является необходимым показателем для расчета показателя прибыли, как EBITDA (Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization). ■

1. Малиновская Н. В. Международные основы интегрированной отчетности: пять лет с момента выпуска // Международный бухгалтерский учет, 2019 – № 5 – С. 500 – 514.

2. Кострова А. А. Анализ финансовой отчетности по российским и международным стандартам: учебное пособие / А.А. Кострова. – Ярославль: ЯрГУ, 2018. – 128 с.

3. Дружиловская Т. Ю. Совершенствование формирования отчета о финансовых результатах как информационной базы для принятия стратегических решений. – Текст: электронный/ Т.Ю. Дружиловская, Э.С. Дружиловская // Методики и практический опыт. – 2021. – URL: <https://orcid.org/0000-0003-1345-9841> (Дата обращения 10.11.2021)

4. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99»: Приказ Минфина России от 06.05.1999 № 32н (ред. от 06.04.2015) (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 № 1791) // [Электронный ресурс]СПС «Консультант Плюс». – URL: [http://www.consulta.net.ru/documeNet/coNes\\_doc\\_LAW\\_29165/](http://www.consulta.net.ru/documeNet/coNes_doc_LAW_29165/) (Дата обращения 11.11.2021)

5. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99»: Приказ Минфина России от 06.05.1999 № 33н (ред. от 06.04.2015) (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 № 1790) [Электронный ресурс]// СПС «Консультант Плюс». – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_12508/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12508/)(Дата обращения 12.11.2021).

6. Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации: Приказ Минфина России от 29.07.1998 № 34н (ред. от 11.04.2018) (Зарегистрировано в Минюсте России 27.08.1998 № 1598) [Электронный ресурс]// СПС «Консультант Плюс». – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_20081/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_20081/)(Дата обращения 13.11.2021)

7. Понкротова А. П. Недостатки отчета о финансовых результатах и рекомендации по его усовершенствованию. – Текст: электронный/ А.П. Понкротова, А.Н. Сырбу // Современные научные исследования и инновации. – 2019. – № 6. –URL: <https://web.snauka.ru/issues/2019/06/89505> (Дата обращения 14.11.2021)

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Дружиловская Т. Ю. Совершенствование формирования отчета о финансовых результатах как информационной базы для принятия стратегических решений. – Текст: электронный/ Т.Ю. Дружиловская, Э.С. Дружиловская // Методики и практический опыт. – 2021. – URL: <https://orcid.org/0000-0003-1345-9841>(Дата обращения 10.11.2021)

Кострова А. А. Анализ финансовой отчетности по российским и международным стандартам: учебное пособие / А.А. Кострова. – Ярославль: ЯрГУ, 2018. – 128 с.

Малиновская Н. В. Международные основы интегрированной отчетности: пять лет с момента выпуска // Международный бухгалтерский учет, 2019 – № 5 – С. 500 – 514.

Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99»: Приказ Минфина России от 06.05.1999 № 32н (ред. от 06.04.2015) (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 № 1791) // [Электронный ресурс]СПС «Консультант Плюс». – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_29165/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_29165/) (Дата обращения 11.11.2021)

Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99»: Приказ Минфина России от 06.05.1999 № 33н (ред. от 06.04.2015) (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 № 1790) [Электронный ресурс]// СПС «Консультант Плюс». – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_12508/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12508/)(Дата обращения 12.11.2021)

Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации: Приказ Минфина России от 29.07.1998 № 34н (ред. от 11.04.2018) (Зарегистрировано в Минюсте России 27.08.1998 № 1598) [Электронный ресурс]// СПС «Консультант Плюс». – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_20081/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_20081/)(Дата обращения 13.11.2021)

Понкротова А. П. Недостатки отчета о финансовых результатах и рекомендации по его усовершенствованию. – Текст: электронный/ А.П. Понкротова, А.Н. Сырбу // Современные научные исследования и инновации. – 2019. – № 6. –URL: <https://web.snauka.ru/issues/2019/06/89505> (Дата обращения 14.11.2021)

### Improving the formation of the financial results report

© Peshkova N., 2022

This publication describes the improvement of the preparation of the statement of financial results as an information base for making rational management decisions. As a result of writing the article the variant on modification of the form of the report on financial results by adding new indicators, such as subsidies, expenses on gratuitous financing, income (expenses) of previous years, revealed in the current year and other indicators is offered. In addition, it is proposed to change the names of existing indicators in the statement of financial results: interest receivable (payable) to interest income (expenses), profit (loss) from sales to profit (loss) from ordinary activities and cost of sales to cost of sales. The modified form of the statement of financial results considers expanding the methods of presenting expenses from ordinary types of activities.

*Keywords:* report on financial results, «method by the nature of costs», «method by the cost function», subsidies, interest receivable, interest payable, profit (loss) of previous years

УДК 159.9.07

## SCREEN VS. PAPER THE STUDY OF READING PREFERENCES

© Tuleneva V., 2022

Irkutsk State University, Irkutsk

The article examines people's preferences for a particular method of reading from screen or from paper using surveys and interview. The author identifies the reasons influencing the choice of a reading method. Analyzing previous studies in this area and conducting her own research, the author comes to the conclusion that preferences depend on peoples professional activity and habits.

Today, e-readers, tablets and computer screens are extremely popular in the world of highly advanced technology. They are used for the daily consumption of a significant amount of information for a variety of purposes. However, in what format people prefer to read (from paper or from screen) remains a question today.

The purpose of the paper was to identify the preferred way of reading among people associated with the educational sphere. As previous research in this area has shown, many people would rather prefer read from paper, emphasizing some advantages. Research in this area mainly concerns the effectiveness of different reading; however, this paper examines the choice and preferences rather than the effectiveness. The research also aimed to understand and analyze the reasons that motivate people when they choose a certain reading format.

#### Literature Review

In the modern world, the topic of information perception, especially effective reading, is very relevant. In the 21st century of information technology, there is a question of what fits effective reading better — a screen or a paper. One of the first surveys was conducted in 2004 using a paper questionnaire. Altera of St Joseph's College distributed it to several randomly selected undergraduate courses, and the study found that students generally had a positive view of e-reading, but preferred to read traditional paper books [5].

Two analyses of effective reading conducted by scientists from the University of Maryland in 2017, analysis by researchers from Spain and Israel in 2018. International analysis concluded that paper outperforms screens, although not significantly [2].

Virginia Clinton's next analysis, published in 2019, is now at least a third study summarizing authoritative research on reading comprehension in the digital age and finding that paper is better. She drew this conclusion based on an analysis of 33 high-quality studies in which students were tested reading comprehension on the screen and on paper [7].

However, questions remain open about the interpretation of the results. The results of research and scientific evidence were split 50/50 over which was more effective. Kerry Benson argues that there are a number of scientific facts, such as the subtle information processing, the method of turning pages or scrolling the page, and others, that indicate that it is much easier for the brain to process and understand information from paper [3].

Researcher Lisa Allcott has unexpected findings in her work. Weighing the advantages of two types of reading, both electronic and paper, she concludes is that there is no best way to perceive information in general. However, each type of reading can be more effective than the other, depending on the goal we set for the reading. Obviously, if we need to learn about e-commerce with examples, screen reading will be much

more effective. However, for reading fiction, paper may be better for the perception of all the details [1].

Christopher Cocchiarella describes a number of situations in which screen reading can be much more effective than paper reading. It is important to understand that in the modern world there is a lot of material that was created specifically for reading and understanding from the screen [4]. The author indicates key features for effective screen reading: visualization of abstract ideas or images, navigation and direction, producing a presentation, providing demos such as video tutorials and creation of simulators and educational video games. Thus, each author forms their opinion on the effectiveness of reading and a number of factors by which this effectiveness can be assessed.

#### Methods

To ensure more objectivity, both qualitative and quantitative methods were used in the research.

The audience that was of interest for the research are university students, university teachers, all adults wishing to participate in the research and high school teenagers. The objective of the study was to identify the general current trend towards the preferred way of reading. A wide age sample of people was selected for the study. As a result, 25 people took part in it, 20 of whom were surveyed and 5 were interviewed.

The quantitative method of research involves conducting a survey that anyone could take. More than 20 people took part in the poll. In the questionnaire, the age of the participants was important in order to reveal a possible correlation between age and the preferred type of reading. For the analysis of the data, it did not make significant sense to separate the participants in terms of gender since only the dynamics between generations mattered. In the survey, the participants were asked to choose specific answers to clearly formulated questions, without the possibility of editing, adding or changing the final answer. The survey consisted of eight questions on the topic of what form of reading people prefer and why. Questions included choosing preferred reading for academic purposes or reading fiction. The respondents were asked to select factors due to which one type of reading was more preferable than the other. For example, they had to choose what influences the choice paper reading easy for perception, convenient to carry and use (no need to charge), better for the eyes, habit, no distractions on paper (ads, bright pop-ups). The following factors have been suggested for choosing screen reading: no need to leave home to get material, availability of resources (including free ones), possibility to copy or save to personal devices, special sites for translating words by clicking on a word, a low weight of an electronic device compared to that over 800-page book. The survey was conducted online in a Google form. The questionnaire was chosen as a research method due to some of the advantages of this format: standardization, simplicity, the possibility to track statistics and conduct statistical analysis, as well as the ability to conduct in-depth

analysis, due to the use of sequential clarifying questions.

To get qualitative data five people were interviewed (18 to 35 years old). It was conducted online via the Skype application in an open-ended question format. Because survey respondents were primarily students, for more objectivity it was decided to conduct interviews for people of a different age group (35+). The questions were aimed at identifying the underlying reasons for the choice of a reading method. For example, special attention was paid to the emotional component of reading: How do you feel when you read from paper or from a screen? In what situations do you choose your reading method depending on? How much does a habit affect your reading choices? Does your profession influence your choice? Are you used to taking information from the screen or, conversely, do you spend too much time behind the screen. Interviewers

were supposed to talk about how in the near future they had to look for new information and habit (from a screen or paper) they read it. The interview method was chosen because makes it possible to identify internal complex thoughts respondents problems, which are difficult to saw in the questionnaire, to get a detailed answer of the interviewee about the question and ask clarifying questions. Another main advantage of the interview is that the answers given by the interviewees are open and the person is not limited by a set of factors, as in the survey.

#### Results& Discussion

The graph below shows the results of the online survey. There were respondents aged 16 to 25, and respondents aged 25–40. It is important to note that 75 % of respondents answered that their choice of the reading method depends on what purpose they pursue while reading.

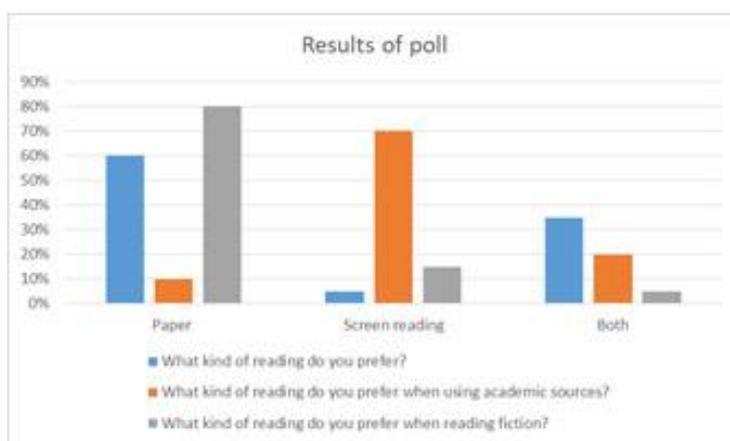


Figure 1. Online survey results

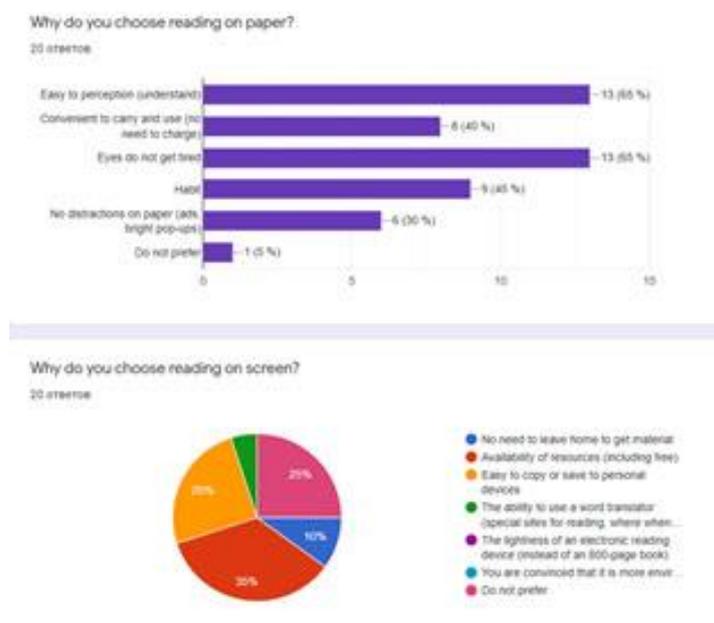


Figure 2. Online survey results

Results vary greatly from question to question. When ask about reading in general, the majority of

people generally do not prefer reading from the screen at all, giving priority to paper or a combination of types

of reading. However, when there is a qualifying circumstance, such as reading for academic purposes, the results change significantly in favor of screen reading. When it comes to reading works of fiction, the majority prefers paper. Interesting fact, that 25 % answered that they choose either of two types of reading regardless of the purposes. Figure 2 shows the results of the more detailed questions of the questionnaire. When choosing to read from paper, most people mention that it is easier for them to understand the material, and that their eyes do not get tired quickly. One seems to follow from the other, when, readers eyes do not get tired quickly, they concentrate more on the text, and, therefore, its comprehension. When choosing a screen, people tend to consider the accessibility and convenience benefits of saving data.

Thanks to the interview method, it was possible to identify the answers of people of a different age group (35+), which made it possible to clearly divide the opinions of the younger and older generations of the preferred way of reading. The majority of respondents defined the reading process primarily as reading fiction or magazines, and secondarily as reading academic literature in order to obtain new information of interest. The respondents also answered that when reading, the emotional component of the material is extremely important for them, as well as understanding the position of the author. Due to an old habit, developed over the years, people prefer reading a book, as «books can smell great, reading a book creates a certain atmosphere, the rustling of pages is always pleasing.» This quote from respondents explains how important the emotional component is when reading.

As it turned out, what kind of profession they are engaged in has a significant impact on the choice of the reading method. For example, a dentist most definitely prefers to read scientific articles from paper, since over many years of experience the doctor can easily identify sources, books on medicine and authors of articles that can be trusted. Since she is used to reading non-fiction on paper, she uses the same habit to read fiction. The next example is a lawyer and an accountant who prefer to read from the screen. They argue that in the modern world there is a high level of digitalization of all business processes, which forces them to be active users of gadgets. Literature and the latest professional news are much easier to find on the Internet than in magazines. This does not mean that they do not read from paper, but they have a commitment and a habit of reading from the screen that prompts them to use this method, regardless of the purpose. So everyday activities make people use a particular format of reading.

There is a fair amount of research out there on the preferred way of reading and its effectiveness. Such studies often include experiments and interviews with more than 300 people. It is not surprising that this topic is so relevant, because the modern pace of life makes people extremely efficient in order to be sufficiently competitive in the labor market. This research embraces primarily university people (both students and teachers). The results of the study were mixed. Despite the

influence of the sphere of activity of people, age or habits, in general, people read more from the screen, since in the modern world there is a serious informatization (digitalization) of everyday processes. People have to read from the screen, even if their preference in general would be to read from paper.

A specific goal has a significant impact on the choice of a reading method since sometimes it is impossible to find the necessary material in both formats. With the introduction of the Internet into our life, any information has become available anywhere in the world. Even if a city has libraries, Internet access can give you a wider choice of sources, which also stimulates reading from screen.

It is well known that the printing industry as a whole is in decline as even the most popular publications and magazines have moved to the Internet over the past 10 years. It is expected that the printing industry will become quite narrow and in the future people will read less from paper. This process was especially stimulated by the 2020 coronavirus pandemic. In the first weeks of the lockdown, many print media ceased to exist. Some have united, others today are openly asking for donations from readers, most have cut staff, salaries, output, or announced a three-month break. This affected both world and regional publishing houses. The print media were hit by the phobias of the population. US residents are afraid to pick up printed materials due to fear of catching COVID-19. In the United States, the government discusses the need to save the media. Washington Post columnist Margaret Sullivan has offered incentive funds to help the industry [6].

Some say that reading from paper becomes, rather, a «special» process not for the broad masses, but only for special connoisseurs. But at the moment, such dynamic are not justified, because in the survey 60 % of people answered that they prefer reading from paper. We can assume that the print industry needs support now and in the years to come after the coronavirus, which is the opposite of the fast-growing e-reading industry. If the printing industry will be supported, the tendency to preferentially read from paper may be maintained in the future.

#### Conclusion

People's preference for the reading method mainly depends on two factors: their professional activity and long-term developed habit. As shown by the research data, the goal that the reader pursues while reading has less influence than the factors listed above. Besides, in the near future, the pandemic will probably make people read more from screen as they have developed a consumer habit of reading online.

The results of this study can be useful not only for teachers, but also for online educational resource creators. The printing industry and books have been around for a very long time and the system has long been optimized for children's literature, science books and more. Online reading services do not have such a rich history, which means they are not well adapted to all readers. If screen materials become more comfortable for reading, over time, reading from the screen may

become more popular than reading from paper, and even replace it. ■

1. Allcott, L. (2021, October 11). Reading on-screen vs reading in print: What's the difference for learning? National Library of New Zealand. <https://natlib.govt.nz/blog/posts/reading-on-screen-vs-reading-in-print-whats-the-difference-for-learning>

2. Barshay, J. (2021, April 8). Evidence increases for reading on paper instead of screens. The Hechinger Report. <https://hechingerreport.org/evidence-increases-for-reading-on-paper-instead-of-screens/>

3. Benson, K. (2020, July 28). Reading on Paper Versus Screens: What's the Difference? Brainfacts. <https://www.brainfacts.org/neuroscience-in-society/tech-and-the-brain/2020/reading-on-paper-versus-screens-whats-the-difference-072820>

4. Cocchiarella, C. (2020, November 15). Screen vs. Print, Part II: When Screens Are Better Than Books. MINDFUL TECHNICS. <https://mindfultechnics.com/screen-vs-print-part-ii-when-screens-are-better-than-books/>

5. Gregory, C. L. (n.d.). «But I Want a Real Book»: An Investigation of Undergraduates' Usage and Attitudes toward Electronic Books on JSTOR. Jstor. Retrieved October 12, 2021, from <https://www.jstor.org/stable/20864892>

6. Sullivan, M. (2021, August 31). Congress may be about to help local news. It can't happen soon enough. Washington Post. [https://www.washingtonpost.com/lifestyle/media/sullivan-local-journalism-bill/2021/08/31/68d027fe-0a5d-11ec-aea1-42a8138f132a\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/lifestyle/media/sullivan-local-journalism-bill/2021/08/31/68d027fe-0a5d-11ec-aea1-42a8138f132a_story.html)

7. VOA Learning English. (2019, April 17). Study: Paper Reading More Effective Than Screen Reading. VOA. <https://learningenglish.voanews.com/a/study-paper-reading-more-effective-than-screen-reading/4876473.html>

## REFERENCES

Gregory, C. L. (n.d.). «But I Want a Real Book»: An Investigation of Undergraduates' Usage and Attitudes toward Electronic Books on JSTOR. Jstor. Retrieved October 12, 2021, from <https://www.jstor.org/stable/20864892>

VOA Learning English. (2019, April 17). Study: Paper Reading More Effective Than Screen Reading. VOA. <https://learningenglish.voanews.com/a/study->

[paper-reading-more-effective-than-screen-reading/4876473.html](https://www.washingtonpost.com/lifestyle/media/sullivan-local-journalism-bill/2021/08/31/68d027fe-0a5d-11ec-aea1-42a8138f132a_story.html)

Benson, K. (2020, July 28). Reading on Paper Versus Screens: What's the Difference? Brainfacts. <https://www.brainfacts.org/neuroscience-in-society/tech-and-the-brain/2020/reading-on-paper-versus-screens-whats-the-difference-072820>

Cocchiarella, C. (2020, November 15). Screen vs. Print, Part II: When Screens Are Better Than Books. MINDFUL TECHNICS. <https://mindfultechnics.com/screen-vs-print-part-ii-when-screens-are-better-than-books/>

Barshay, J. (2021, April 8). Evidence increases for reading on paper instead of screens. The Hechinger Report. <https://hechingerreport.org/evidence-increases-for-reading-on-paper-instead-of-screens/>

Sullivan, M. (2021, August 31). Congress may be about to help local news. It can't happen soon enough. Washington Post. [https://www.washingtonpost.com/lifestyle/media/sullivan-local-journalism-bill/2021/08/31/68d027fe-0a5d-11ec-aea1-42a8138f132a\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/lifestyle/media/sullivan-local-journalism-bill/2021/08/31/68d027fe-0a5d-11ec-aea1-42a8138f132a_story.html)

Allcott, L. (2021, October 11). Reading on-screen vs reading in print: What's the difference for learning? National Library of New Zealand. <https://natlib.govt.nz/blog/posts/reading-on-screen-vs-reading-in-print-whats-the-difference-for-learning>

## Чтение с бумажных или электронных носителей: что предпочитают сегодня

© Тюленева В., 2022

В статье раскрывается вопрос предпочтения людей определенного метода чтения с бумажных или электронных носителей. Рассматриваются работы в данной области и выявляются причины, которые способствуют выбору предпочтительного метода чтения. Данное исследование дает информацию о том какой метод чтения является предпочтительным сегодня и рассказывает о том, для кого это может быть полезна данная информация.

*Ключевые слова:* методы чтения, эффективность чтения, современные тенденции

УДК 316.774

## ПОРТРЕТ СОВРЕМЕННОГО ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ ИНТЕРНЕТ-УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ МОЛОДЕЖНОГО СЕГМЕНТА НАСЕЛЕНИЯ

© Юдалевич Н. В., 2022

Иркутский государственный университет, г.Иркутск

В данной статье рассматриваются предпочтения молодых пользователей сети Интернет — то, какие онлайн-услуги предпочтительны, каковы сферы интересов молодежи при использовании онлайн-сервисов, рассмотрены плюсы и минусы тех или иных онлайн-сервисов с точки зрения опрошенных.

*Ключевые слова:* онлайн-покупки, Интернет-обучение, досуг в интернет, бизнес в Интернет, цифровые технологии, цифровая экономика

Современный мир меняется настолько стремительно, что современный человек должен менять свое сознание, образ жизни и привычки буквально каждый день, чтобы соответствовать тем вызовам, которые преподносит ему окружающая среда.

Прошедшие два года очень сильно изменили, как человечество в целом, так и каждого в отдельности. Новая коронавирусная инфекция COVID-19 стимулировала не только более стремительное развитие цифровых технологий, но и заставила каждого жителя планеты в корне поменять свои привычки.

На использование цифровых технологий перешли даже те, кто до этого являлся их

противником или же просто не использовал. Спектр применения их очень расширился и изменился состав. В связи с ограничениями, которые появились у нас с приходом новой коронавирусной инфекции люди стали все больше сфер своей жизни переводить в онлайн.

И хотя цифровые технологии сегодня используют практически все возрастные группы, мы рассмотрим картину, которая складывается среди молодежи, которая является одним из наиболее активных участников современных процессов.

По результатам опросов по сферам, выбранным отвечающими, были выделены следующие возрастные группы:

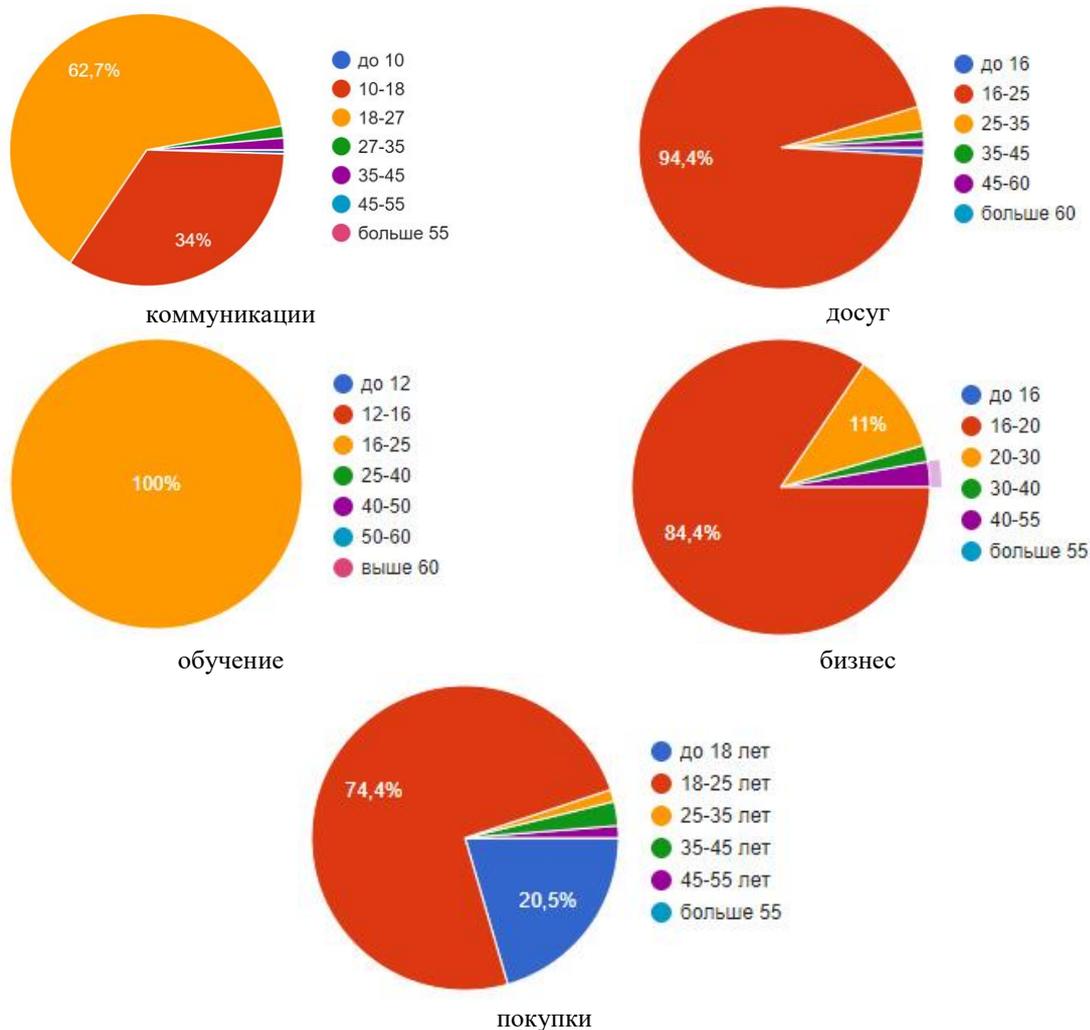


Рис. 1. Возрастные группы опрошенных по категориям

Если рассматривать пол отвечающих, то по результатам опроса в среднем по всем пяти опросниках среди отвечающих 70–80 % женщин и лишь 20–30 % мужчин, что скорее всего связано с отношением мужчин и женщин к прохождению

опросов, а не с реальным составом участников цифровой жизни.

Что касается времени, которое отвечающие, по их мнению, проводят онлайн, то здесь картина следующая:

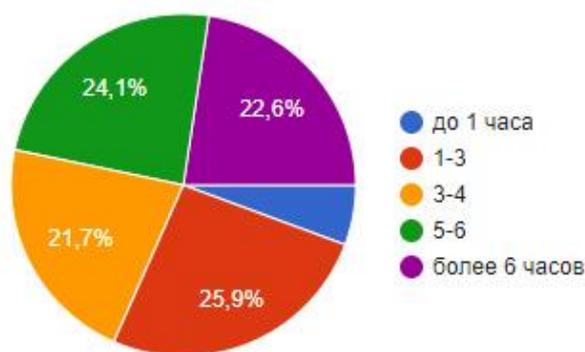


Рис. 2. Время, проводимое респондентами в онлайн

Итак, нами был проведен опрос на тему, какие сферы жизни по мнению молодежи на сегодняшний день перешли в онлайн. Было выделено пять сфер деятельности, таких как коммуникации, досуг, обучение, бизнес, покупки.

Под коммуникациями участники опроса понимают все виды онлайн-общения — с помощью соц.сетей, мессенджеров, площадок для онлайн-конференций, сайтов знакомств, смс, почты и прочих средств коммуникации.

Досугом участники опроса считают следующее: просмотр фильмов, прослушивание музыки, чтение книг, игры, квесты и тому подобные виды деятельности.

В обучение, по их мнению, входит онлайн-обучение в государственных учебных заведениях, различные краткосрочные или долгосрочные онлайн-курсы и тренинги, частные уроки, мастер-классы и прочее.

В бизнес онлайн включены все виды продаж через Интернет-продажи на собственных сайтах компаний, лендинги, продажи в соц.сетях, продажи на специализированных маркет-плейсах.

Что касается покупок, то респонденты в них включают все виды приобретений, сделанных онлайн — покупки в Интернет-магазинах, с помощью сервисов доставок, на маркет-плейсах, сайтах компаний, в соц.сетях, мессенджерах и пр.

Рассмотрим каждую сферу отдельно и узнаем, каково же поведение и каковы предпочтения молодежи в той или иной сфере.

Начнем с коммуникаций. На сегодня человеку предоставлено огромное количество форматов коммуникаций, которые призваны облегчить нашу жизнь, ускорить и упростить процесс обмена информацией, будь то бизнес-информация или же решение обычных наших бытовых вопросов и проблем. Как было сказано выше, люди используют разные средства общения. Но каковы их предпочтения? Что касается наиболее популярного формата, соц.сетей, среди топа популярных лидирует Инстаграм (96,2 %) и Вконтакте (90,6 %). Немного отстают, набирающий обороты ТикТок (72,6 %). Также по результатам опроса видно, что молодежь почти совсем не использует для коммуникаций Facebook и Одноклассники.

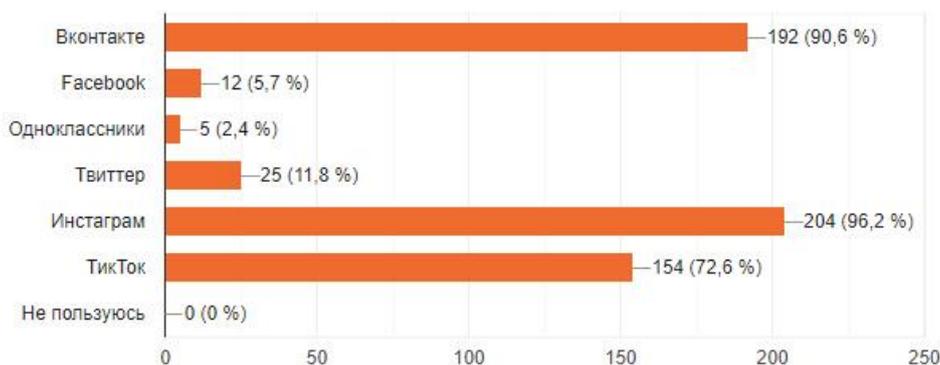


Рис. 3. Рейтинг популярности различных соц.сетей

Что касается рейтинга мессенджеров, то в топе популярности у молодежи Телеграм (93,9 %) и Whatsapp (86,3 %). Не слишком популярным оказался Viber, всего 44,8 % опрошенных

используют данный мессенджер. Всё меньшее количество молодых людей используют для общения СМС.

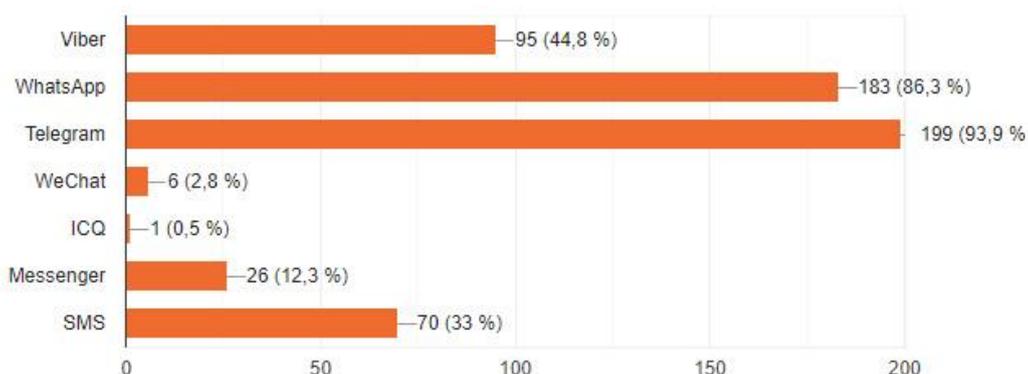


Рис. 4. Рейтинг популярности мессенджеров

Для общения с помощью видеоконференцсвязи, то абсолютным лидером здесь в связи со своей доступностью является Zoom (74,5 %). Поскольку опрос проводился преимущественно среди учащихся вузов и их друзей, на втором месте

находятся площадки Teams (44,3 %) и Discord (51,4 %). Всё меньше используется Skype, хотя именно с него начиналось подобного рода общение в Интернет и еще совсем недавно его очень активно использовали.

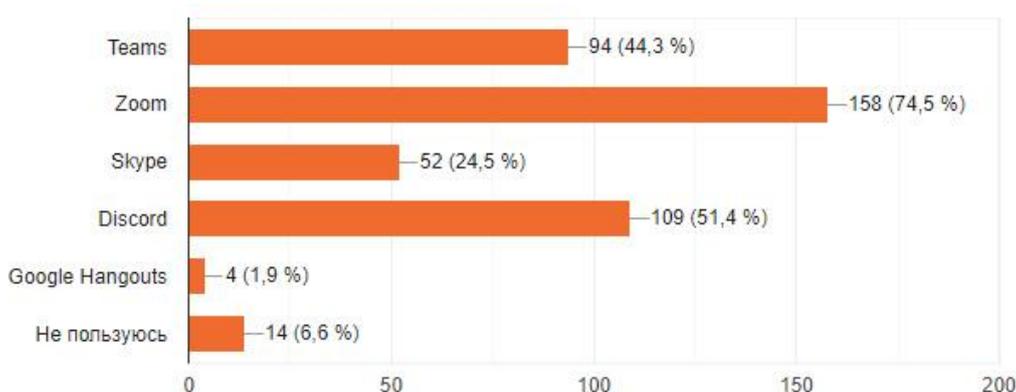


Рис. 5. Рейтинг популярности площадок для онлайн-конференций

В современном цифровом мире люди всё больше общаются онлайн и хотя времени на общение в абсолютных величинах тратится всё больше, не стоит забывать, что общение становится всё более быстрым и более плотным, так что в единицу времени решается всё больше вопросов. Реализуется

всё больше проектов. Вследствие этого растет напряжение и усталость. Человек испытывает большие информационные нагрузки, усталость и стресс.

Диаграмма на рис. 6. отражает степень усталости респондентов от онлайн-общения.

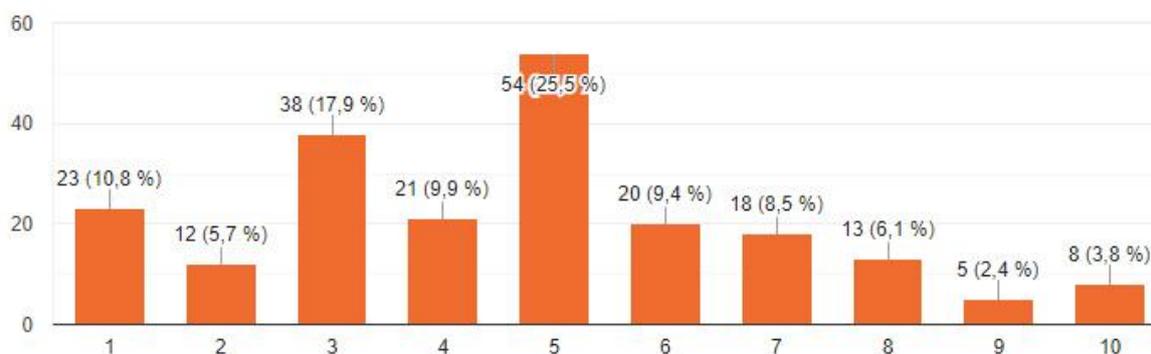


Рис. 6. Степень усталости респондентов от онлайн-общения

В итоге, по результатам опроса 52,8 % отвечающих хотели бы сократить время своего общения онлайн.

Время диктует свои правила, и уже не только общение происходит в Интернет, но и большая часть досуга перешла в цифровую сферу. Люди всё

меньше читают бумажные книги, играют в оффлайн игры, ходят в кинотеатры. Например, 89,7 % опрошенных смотрят фильмы онлайн, музыку онлайн слушают 88,8 %, читают цифровые книги 45,8 % и играют в игры онлайн 46,7 %.

При этом на досуг онлайн 1–2 часа тратят 15,9 %, 2–4 часа — 29,9 %, 4–6 часов 31,8 %, и более 6 часов — 22,4 % опрошенных. При этом люди используют как платные, так и бесплатные ресурсы (бесплатные — 49,5 %, и те, и другие — 47,7 % и лишь немногие пользуются исключительно платными ресурсами).

Если рассматривать возможности обучения онлайн, то последние два года резко повысили процент использования образовательных онлайн ресурсов, а также резко увеличили их количество и разнообразие.

Но не все ресурсы интересны молодежи в равной степени. Так, например, на сегодняшний день 67,7% предпочитают учиться онлайн в официальных (государственных) образовательных учреждениях, 54,8 % заинтересованы в обучении на платных онлайн-курсах, и 71 % процент активно проходят различные бесплатные онлайн курсы для повышения уровня своего образования и саморазвития.

При этом в использовании платных курсов респонденты считают важным наличие кураторов

(54,8 %), эксклюзивность информации (64,5 %), различные бонусы и «плюшки», доступные только тем, кто платит за обучение (45,2 %), официальная сертификация (59,7 %), жесткий учебный план со сроками (48,4 %).

В бесплатных курсах отвечающих, разумеется, привлекает их «бесплатность (82,3 %) свободный график (56,5 %) и необязательность выполнения заданий (32,3 %).

Если касаться очень актуальной в настоящее время темы «официального», государственного онлайн-обучения, то молодые респонденты среди преимуществ выделяют следующее — сокращение затрат на дорогу (71 %), комфортная для обучающегося среда — дом, кафе, пляж и пр. (67,7 %), свободный внешний вид (30,6 %).

Среди недостатков онлайн-обучения отвечающие выделяют следующее: сокращение физических нагрузок (4,8 %), хуже усваивается материал (17,7 %), отсутствие живого эмоционального контакта (46,8 %), проблемы с самодисциплиной (21 %), также некоторые указывают на проблемы с нарушением режима дня — 1,6 %.

На вопрос, подходит ли онлайн-обучение нашим респондентам в целом, ответы были следующие:

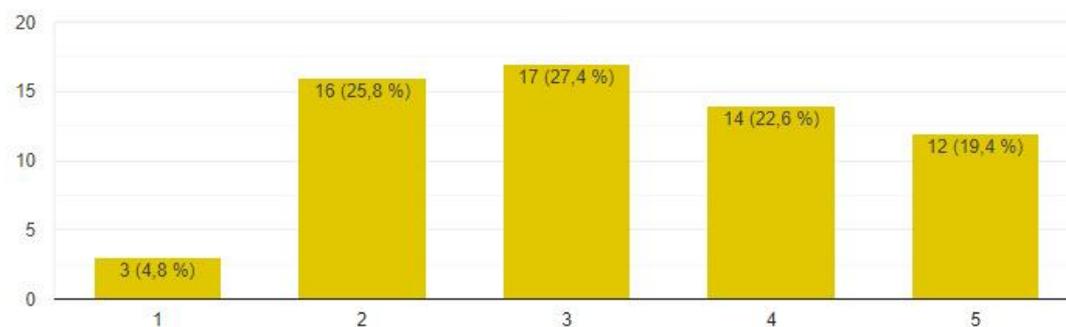


Рис. 7. На сколько подходит респондентам формат обучения онлайн

Говоря о теме «Бизнес в Интернет», следует отметить, что наши респонденты в большинстве своем люди совсем молодые и у многих пока еще просто нет своего бизнеса. По результатам опроса свой бизнес есть лишь у 13,8 % опрошенных. Тем не менее, представляется весьма интересным, что же думают об этом люди, которые вот-вот закончат обучение и войдут в реальный бизнес.

Большинство (66,1 %) предпочитают вести свой бизнес в соц.сетях, 23,9 % считают, что им будет удобнее вести бизнес с помощью официального сайта компании, 10,1 % предпочитают вести продажи на маркет-плейсах. Дабы обосновать выбор, респонденты делятся с нами тем, в какой сфере они предполагают вести свой бизнес:

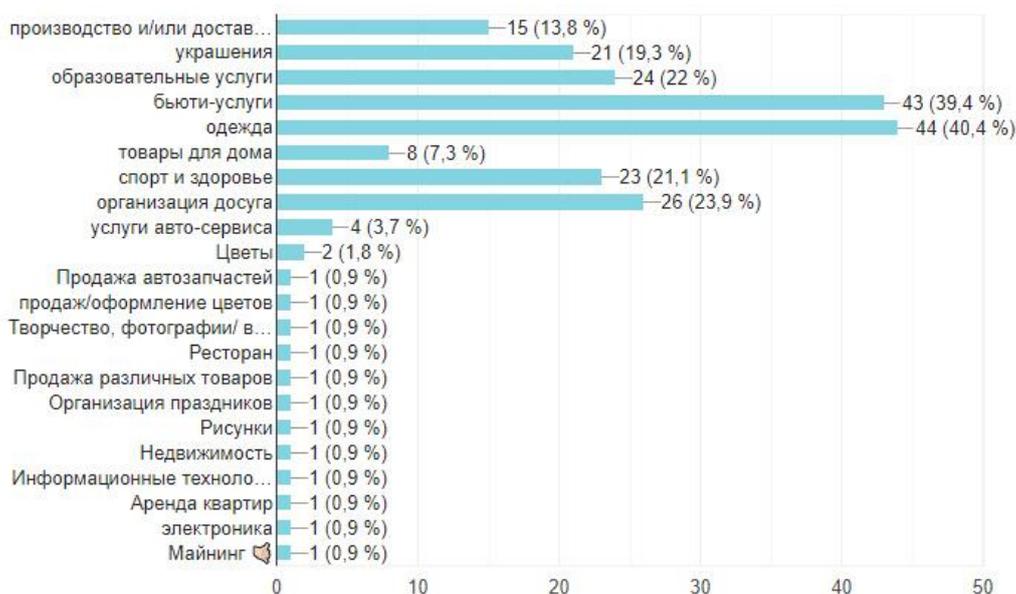


Рис. 8. Популярные сферы онлайн-бизнеса по мнению респондентов

Данные, представленные на гистограмме, объясняют распределение приоритетов по использованию различных торговых Интернет-площадок.

При этом среди соц.сетей и мессенджеров по результатам опроса, предпочитаемыми для ведения бизнеса являются следующие: Инстаграм — 99,1 %, Вконтакте, 27,7 %, Телеграм — 37,6 %, Whatsapp — 20,2 %, Facebook — 11 %, Viber — 7,3 %.

Среди маркет-плейсов самыми популярными для ведения бизнеса среди молодежи считаются — Wildberries (76,1 %), Aliexpress (21,1 %), Ozon (42,2 %), Ebay (23,9 %), Amazon (22 %), Avito (22,9 %).

И последняя, самая популярная сфера использования Интернет-ресурсов и достижений в области цифровизации, которая уже вошла в нашу жизнь, а в условиях карантина развилась до невероятных размеров — онлайн-покупки.

Очевидно, что молодежь в данной сфере — это самая мобильная целевая аудитория. Молодежь с легкостью осваивает новые возможности онлайн-покупок, новые способы оплаты, современную логистику и способы доставки.

Начнем с частоты и периодичности совершения онлайн-покупок участниками опроса. Хотя многие всё еще совершают онлайн-покупки раз в 2–3 месяца (38,5 %), уже 35,9 % покупают онлайн раз в месяц, 21,8 % делают это стабильно раз в неделю, и лишь 1,8 % покупают онлайн каждый день.

По предпочтениям, где совершать покупки складывается следующая картина: 79,5 % совершают покупки на маркет-плейсах, 65,4 % — на официальных сайтах магазинов, 20,5 % пользуются сервисами онлайн-доставок и 21,8 % покупают в соц.сетях.

По ассортименту того, что покупают в сети, товары распределяются следующим образом:

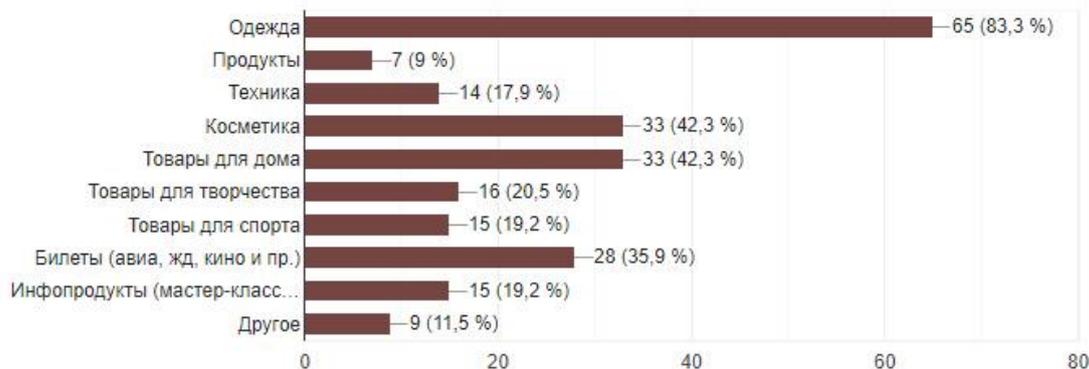


Рис. 9. Что респонденты предпочитают покупать онлайн

При этом средний чек покупок выглядит следующим образом: большинство тратят на онлайн-покупки в месяц 1 000–3 000р. 38,5 %, 30,8 % тратят 3 000–5 000р., 14,1 % тратят 5 000–

1 0000р., 9 % тратят свыше 10000р., а тратят меньше 1000р. 7,7 % участников опроса.

Чаще всего участники опроса совершают онлайн-покупки для себя (94,9 %), 3,8 % покупают

подарки для родных и близких, 1,3 % совершают покупки для своих родителей.

Участники опроса в целом всегда довольны интернет-покупками и 97,4 % рекомендуют

покупать онлайн другим. Степень удовлетворенности онлайн-покупками иллюстрирует диаграмма на рис. 10.

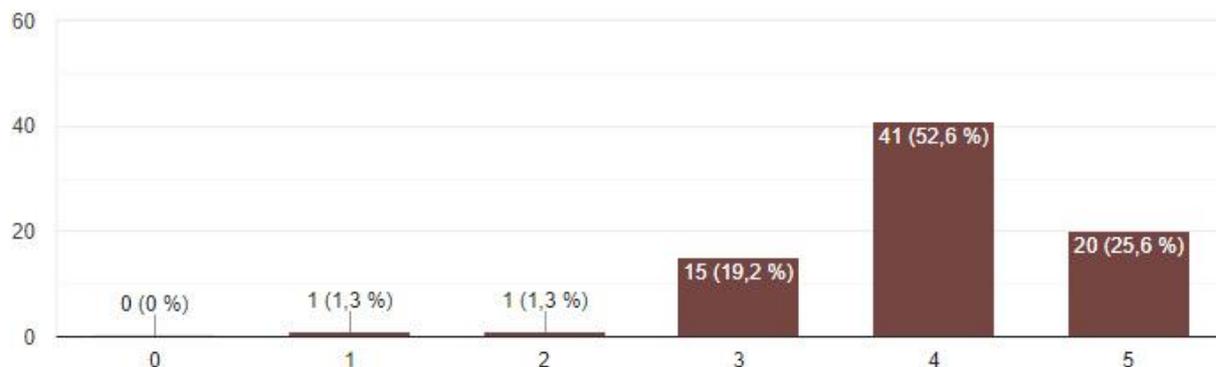


Рис. 10. Степень удовлетворенности онлайн-покупками

Итак, мы выяснили, какие сферы жизни и в какой степени на сегодняшний день интересны молодому поколению, тем, кто как раз входит во взрослую жизнь, а значит становится тем, кто в значительной степени будет формировать наше будущее. Выяснили, предпочтения во всех основных сферах применения Интернета. Результаты показывают, что жизнь молодежи уже в значительной степени перешла в онлайн формат и практически во всех сферах степень удовлетворенности от их использования довольно высока, а это значит, что подобный формат будет и дальше развиваться и занимать всё большую часть нашей жизни и необходимо быть готовыми как к положительному эффекту от его использования. Так и к проблемам, которые он, вероятнее всего, породит. ■

### Portrait of the modern user of Internet services using the example of the youth segment

© Iudalevich N., 2022

This article considers the preferences of young Internet users — what online services are preferred, what are the areas of interest of young people when using online services, the pros and cons of certain online services from the point of view of respondents are considered.

*Keywords:* online shopping, Internet training, leisure in Internet, Internet-business, digital technologies, digital economy

## СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

### **Близинок Дарья Александровна**

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: daria.blizzz@gmail.com

### **Blizniuk Daria Alexandrovna**

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

E-mail: daria.blizzz@gmail.com

### **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

### **Винниченко Марина Александровна**

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: marina.vinnichenko99@gmail.com

### **Vinnichenko Marina Alexandrovna**

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

E-mail: marina.vinnichenko99@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

### **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 Arkadieвна**

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

### **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

**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

**Кубанов Руслан Анатольевич**

докторант, Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко

92703, Луганская область, г. Старобельск, пл. Гоголя, 1, тел.:099-01-40-110

e-mail: kubanov12@rambler.ru

**Kubanova Ruslan Anatolievich**

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

E-mail: kubanov12@rambler.ru

**Литвинова Мария Николаевна**

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: m.gessen@yandex.ru

**Litvinova Mariia Nikolaevna**

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

E-mail: m.gessen@yandex.ru

**Мусифулина Ирина Ильясовна**

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: irina1996.1996@yandex.ru

**Musifulina Irina Iiasovna**

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

E-mail: irina1996.1996@yandex.ru

**Пешкова Надежда Романовна**

магистрант, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса (ФГБОУ ВО ВГУЭС)

Россия, Приморский край, Владивосток, улица Гоголя, 41 тел.: +7 924 5296434

e-mail: peshkova-nadya97@bk.ru

**Peshkova Nadezhda Romanovna**

MS student, Vladivostok State University of Economics and Service

41, Gogolya St., Vladivostok, Russia, 690014, phone +7 924 5296434

E-mail: peshkova-nadya97@bk.ru

**Сюецяо Фань**

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: fan\_xueqiao@qq.com

**Xueqiao Fan**

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

E-mail: fan\_xueqiao@qq.com

**Тюленева Валерия Евгеньевна**

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: valeria.tuleneva@mail.ru

**Tuleneva Valeria evgenievna**

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: valeria.tuleneva@mail.ru

**Юдалевич Наталья Владимировна**

старший преподаватель, Байкальская  
международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ  
ВО «Иркутский государственный университет»  
664003, г. Иркутск, ул. Карла-Маркса, 1, тел. +7 3952  
42-71-30  
e-mail: wild\_teacher@mail.ru

**Iudalevich Natalia Vladimirovna**

ass.professor, Baikal International Business School  
Irkutsk State University  
1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952  
42-71-30  
E-mail: wild\_teacher@mail.ru

---