

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

29 января 2024 **N1[27]**

Содержание

Андрейченко Э. А., Зеель А. В., Протасов А. С. Новые виды коммуникации бизнеса с клиентами	5
Андрейченко Э. А., Протасов А. С. Бюджетирование как инструмент финансового планирования	8
Анисов Н. А., Выборова Е. А. Проблемы и перспективы развития туризма на озере Байкал	13
Баева Д. Е., Грошева Е. К., Костина К. А., Куклин А. И. Проблема дисбаланса приоритетов школ и высших учебных заведений региона	18
Братищенко В. В. Применение интеллектуальной обработки текстов для организации чат-ботов в дистанционном обучении	22
Ван Туань, Лунева В. А., Медведева О. В., Унагаева А. Д. Экспорт товаров медицинского назначения: БАД и космецевтика	26
Вантеев А. И., Юдалевич Н. В. Возможности для самореализации и развития талантов студенческой молодежи СПО в России	29
Галиева В. А. Модернизация региональных инвестиционных институтов развития Восточной Сибири ...	32
Грошева Е. К., Черенцов Д. С. Анализ необходимости импортозамещения программного обеспечения в нефтегазовой отрасли	36
Грошева Н. Б., Левицкий И. В. Теоретические аспекты экологической ответственности бизнеса в современных условиях	38
Деренко Н. В. Этапы развития искусственного интеллекта: старт длиной две трети века	46
Жарикова В. С., Ивашутина Е. Е., Куклин А. И., Немокаев А. А. Экспорт услуг образования как направление несырьевого экспорта Иркутской области	50
Зеель А. В., Ивачёв К. П. Актуальность внедрения мобильного приложения как инструмента маркетинга в медицинской сфере	54
Иваник Е. Д. Безусловный базовый доход: международный опыт	58
Ильин К. И., Луганская Е. В. Криптовалюты в бизнесе	61
Казакова К. В. Опыт использования инструментов геймификации в управлении зарубежными и отечественными компаниями	66
Казакова К. В. Проблемы адаптации молодых специалистов в образовательной сфере	72
Какряцкая Ю. В., Сольский Б. В., Сольский М. Б. Бухгалтерский учёт в экономическом управлении фирмой: мифы и реалии	77
Ким А. О., Лебедева Е. А., Саралидзе Е. А., Черкасова М. В. Жизненный цикл стартап-компаний	79
Ким А. О., Лебедева Е. А., Саралидзе Е. А., Черкасова М. В. Модели организационного поведения	83
Клементьева Ю. О. Анализ влияния санкций на инвестиционную деятельность нефтегазовых предприятий	88
Копылова Н. В., Ли Вэньлун Управление кросс-культурными конфликтами в транснациональных корпорациях на примере Huawei	91
Куклин А. И., Павлюк Д. А., Шпакова В. Я., Шпакова Н. А. Экспорт медицинских услуг в иркутской области: проблемы и возможности	96
Luganskaya E., Nemokaev A. Optimizing a project budget: the case of a mining company	99
Luganskaya E., Sukhareva M. Integrating the ESG approach in business	103
Панцевич Д. А. Маркетинговые стратегии в современном автомобильном бизнесе на примере города Иркутска	107
Панцевич Д. А. Особенности формирования маркетинговой стратегии в автомобильном бизнесе	111
Рогожина М. П., Шпакова В. Я., Шпакова Н. А. Недостаток кадров и его влияние на доходы государственных бюджетных учреждений здравоохранения иркутской области на примере ГБУЗ «Областной кожно-венерологический диспансер»	114

Рогожина М. П., Шпакова В. Я., Шпакова Н. А. Сокращение обращений по омс и их влияние на доходы государственных бюджетных учреждений здравоохранения иркутской области на примере ГБУЗ «Областной кожно-венерологический диспансер»	118
Пуденков Н. М., Салтыкова Ю. А. Цифровая трансформация как способ борьбы с теневым сектором экономики	122
Травинский В. Н. Управление предприятием: сущность и методология (управленческий цикл).....	125
Травинский В. Н. Экономика предприятия как комплексная стоимостная оценка результатов хозяйственной деятельности	129
Угрюмова В. С., Юдалевич Н. В. Роль университета в системе современных обществ	133
Чанчиков А. А., Чиж С. А., Хамаев С. И. Использование генеративного искусственного интеллекта в образовательном процессе школы	135
Чекулаев В. О. Будущее добывающей промышленности: роль искусственного интеллекта	139
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ	144

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

Регистрационный номер: ЭЛ N ФС 77 - 71619 от 23.11.2017

ISSN: 2412-53-18

12+

© Андрейченко Э. А., Зеель А. В., Протасов А. С., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье анализируется тенденция развития коммуникаций бизнеса с клиентами как возможность эффективного построения взаимоотношений компании с потребителями, используя различные инструменты. Рассматриваются новые виды инструментов, с помощью которых можно осуществлять непривычную клиентскую поддержку и анализировать количество охваченных клиентов. В материале описаны, как технологии, которые существуют на рынке уже длительное время, так и совершенно новые бизнес-модели, и приложения. Развитие технологий является одним из важных процессов, которые клиенты все чаще внедряют в свою жизнь, пытаясь ее упростить. Компании в свою очередь, также стараются внедрять данные технологии, чтобы не терять связи с клиентами, развивать лояльность и автоматизировать бизнес-процессы.

Ключевые слова: коммуникации, клиенты, бизнес, взаимодействие с клиентами, социальные сети, мессенджеры, мобильные приложения, персонализация, омниканальность

Тенденция современного рынка направлена на перемены в коммуникациях между клиентами и компаниями. Коммуникации с клиентами сегодня являются урегулированным изменением окружающей среды, компаниям помогут обеспечить высокую конкурентоспособность, автоматизированные системы коммуникаций [3].

Коммуникации с клиентами важны, так они устанавливают и поддерживают доверие между клиентами и компанией. Когда клиенты доверяют бренду, они с большей вероятностью будут более лояльными к компании. Коммуникации также могут помочь избежать недопонимания с клиентами, привести к большей удовлетворенности клиентов и увеличить узнаваемость компании. Иными словами, коммуникации являются ключом к построению отношений с клиентами, а современные формы коммуникации позволяют компаниям взаимодействовать с клиентами более эффективно.

Тенденции развития коммуникаций бизнеса с клиентами включают в себя следующие направления:

Персонализация: использование данных для предоставления клиентам индивидуальных предложений, рекомендаций и контента, который будет интересен именно им. Это позволяет увеличить лояльность клиентов и их вовлеченность в коммуникацию с брендом. Персонализация — это процесс, при котором компании используют данные о клиентах для предоставления им индивидуальных предложений, контента и рекомендаций. Это может включать использование информации о предпочтениях, поведении и покупках клиента для создания персонализированного опыта взаимодействия с брендом.

Омниканальность: предоставление клиентам возможности взаимодействовать с бизнесом через различные каналы, такие как сайт, мобильное приложение, социальные сети, мессенджеры, чат-боты и т. д. Это помогает бизнесу быть более доступным и удобным для клиентов. Омниканальность — это подход, при котором компания предоставляет клиентам возможность

взаимодействовать с ней через различные каналы связи, такие как интернет-магазин, мобильное приложение, социальные сети, чат-боты, мессенджеры и т. д. Это обеспечивает удобство и доступность для клиентов, позволяя им выбирать наиболее удобный для них канал взаимодействия.

Использование искусственного интеллекта и машинного обучения: алгоритмы машинного обучения помогают анализировать поведение клиентов и использовать эту информацию для оптимизации коммуникаций и улучшения качества обслуживания.

Улучшение мобильного опыта: все больше людей используют свои смартфоны для поиска информации, совершения покупок и общения с брендами. Бизнес должен предоставлять удобные и функциональные мобильные приложения, а также поддерживать быстрый и стабильный доступ к сайту компании через мобильные устройства.

Чат-боты и виртуальные помощники: использование чат-ботов и виртуальных помощников для автоматизации ответов на частые вопросы клиентов, снижения нагрузки на операторов и обеспечения круглосуточной поддержки.

Вирусный маркетинг: создание интересного и привлекательного контента, которым клиенты захотят поделиться со своими друзьями и подписчиками, что приводит к увеличению охвата аудитории и узнаваемости бренда.

Маркетинг влияния: сотрудничество с блогерами и инфлюенсерами для продвижения товаров и услуг через их аудиторию, что может привести к увеличению продаж и повышению лояльности клиентов.

Анализ и оптимизация обратной связи: сбор отзывов клиентов, их анализ и использование полученной информации для улучшения продуктов, услуг и коммуникации с клиентами.

Прозрачность и доверие: построение доверительных отношений с клиентами через открытость и честность в коммуникации. Бизнес должен быть готов делиться информацией о своих

продуктах и услугах, отвечать на вопросы и решать возникающие проблемы.

Экологичность и социальная ответственность: важно, чтобы бизнес поддерживал инициативы, направленные на сохранение окружающей среды и поддержку социальных проектов, что будет способствовать улучшению репутации бренда и увеличению лояльности клиентов.

Для реализации данных направлений необходимы инструменты взаимодействия с клиентами. В современных реалиях появляются новые виды инструментов, когда можно взаимодействовать с клиентом без учета временных и географических границ, осуществлять непривычную клиентскую поддержку и анализировать количество охваченных клиентов. Компаниям необходимо подстраиваться под эти реалии и внедрять новые виды коммуникаций с клиентами, чтобы быть конкурентоспособными на рынке и привлекать новых клиентов. Сейчас существует множество новых платформ для общения с клиентами, такие как: социальные сети, мессенджеры (чат боты), блоги, форумы, мобильные приложения и т.д. Популярность Интернет-коммуникаций продиктована многими условиями, главные из которых характеризуют общение в Интернете анонимностью, частичной или полной, а также физической не представленностью [1].

Рассмотрим новые виды инструментов для взаимодействия бизнеса с клиентами.

Социальные сети используются миллиардами людей по всему миру и быстро стали одной из определяющих технологий нашего времени. Facebook (организация, признана в РФ экстремистской организацией, деятельность которой запрещена на территории РФ), например, сообщил о наличии 2,064 миллиарда активных пользователей в день по состоянию на 2022 год. Общее число пользователей социальных сетей во всем мире, по оценкам, вырастет до 5,69 миллиарда пользователей в 2024 году, что составит 42,3 % населения мира. Учитывая огромную потенциальную аудиторию, которая проводит много часов в день, используя социальные сети на различных платформах, неудивительно, что маркетологи выбирают социальные сети в качестве маркетингового канала.

Социальные сети, как средство продвижения способствуют, благодаря своей непосредственности, открытому и прямому взаимодействию компании с ее целевой аудиторией. Социальные сети трансформируют способ общения организаций — множество социальных инструментов, которые доступны сегодня очень экономичны по сравнению с традиционными инструментами коммуникации [4]. Определенно улучшает уровень обслуживания клиентов тот факт, что скорость обратной связи при данной форме коммуникации значительно выше (несколько часов или даже минут), чем при традиционной (дни или

недели). Также клиенты могут высказывать свое мнение в режиме реального времени, что также способствует улучшению клиентского сервиса компании. Благодаря получению почти мгновенной обратной связи компании теперь могут реагировать на жалобы клиентов гораздо быстрее. Дополнительным преимуществом использования социальных сетей для маркетинга является то, что клиентская база компании будет продолжать расти ежедневно, так как именно там фокусируется целевая аудитория. Клиент, которого не интересуют услуги компании, не будет подписываться на ее социальные сети.

Также благодаря социальным сетям растет удовлетворенность клиентов, так как компания может напрямую реагировать на вопросы и проблемы клиентов, соответственно они будут чувствовать себя более значимыми. Благодаря данному виду коммуникаций растет и узнаваемость, поскольку, когда компания делится качественным контентом и клиенты подвергаются его воздействию, ее узнаваемость возрастет. Если клиенты получают положительный опыт взаимодействия с компанией, они начнут делиться им со своим окружением.

Одним из самых больших недостатков коммуникаций в социальных сетях является то, что для получения обширной целевой аудитории требуется много времени, так как без аудитории не будет и коммуникаций. Необходимо постоянно отслеживать охваты публикаций, оценивать их производительность, принимать стратегические решения, понять какой контент подойдет для вашей аудитории, а какой нет. Также недостатком является то, что социальные сети — это полностью открытая платформа и каждый может поделиться негативными мыслями и опытом. Чрезмерное количество негативных комментариев может определенно разрушить репутацию компании. С другой стороны, все негативные комментарии могут помочь компании отслеживать отношение аудитории к ней, это поможет понять, где продукт и услуги отстают и как можно их улучшить.

Бизнес мессенджеры. В ближайшие несколько лет 85 % коммуникаций с клиентами будут осуществляться с помощью технологий. Огромная часть взаимоотношений будет происходить в приложениях для обмена сообщениями, где предприятия могут не только обеспечивать молниеносное обслуживание клиентов, но и стимулировать продажи. Такие платформы, как Facebook (организация, признана в РФ экстремистской организацией, деятельность которой запрещена на территории РФ), Messenger, WhatsApp Business, Telegram являются новой тенденцией в мире маркетинга, поскольку они позволяют владельцам бизнеса общаться с потребителями в крупных масштабах с помощью рекламы, а затем продолжать взаимодействовать с клиентами на индивидуальном уровне. Такие

мессенджеры предлагают ряд инструментов, помогающих владельцам бизнеса контролировать различные потоки сообщений:

- Приветствия — это настраиваемые сообщения, которые появляются автоматически, когда клиент впервые начинает диалог с компанией.

- Мгновенные ответы похожи на приветствия, поскольку это тоже автоматические ответы, но, они могут быть запрограммированы на любое сообщение клиента, а не только на самое первое.

- Сохраненные ответы — это сообщения, которые можно запрограммировать с помощью общих ответов на такие вопросы, как часы работы или контактная информация.

- Карточка клиента позволяет собирать данные о клиенте, чтобы создавать автоматические ответы индивидуально под потребителя. Компании могут использовать, такую информацию как местоположение клиента, местное время и даже историю заказов. Преимуществами данных мессенджеров является то, что обслуживание клиентов становится более упорядоченным и персонализированным, соответственно появляется больше возможностей для увеличения потока клиентов, так как более половины клиентов предпочитают коммуницировать с компанией через сообщения, а не по звонкам.

С каждым годом мобильные приложения все чаще внедряются в компании различных сфер. От доставки продуктов питания до здравоохранения и спортивных услуг, почти не осталось сферы деятельности, где мобильные приложения не доказали бы свою маркетинговую ценность или не стали бы основополагающими для эффективной коммуникации с клиентами. Мобильные приложения — один из лучших способов общения и взаимодействия с клиентами. Приложение дает клиентам возможность взаимодействовать с компанией постоянно при помощи Push-уведомлений, клиенты постоянно будут узнавать о появлении новых услуг и акций, также приложения привлекают клиентов за счет удобства, не нужно искать сайт компании или звонить, чтобы узнать о стоимости услуг. Когда потенциальным клиентам требуется продукт или услуга, более вероятно, что они будут искать его на своем смартфоне, а не на ноутбуке. Исследования показывают, что большинство поисков производится на ходу во время путешествий, общения и ожидания встреч, а не во время досуга, когда есть доступ к ноутбуку. Поскольку приложения быстрее, интерактивнее и в нем проще ориентироваться по сравнению с веб-сайтами, доступность приложения, вероятно, подтолкнет клиента выбрать компанию, в которой имеется приложение [2].

Если речь идет о медицинской деятельности, то клиент сможет записываться на прием в удобное ему время, консультироваться с врачами в режиме реального времени и получать результаты анализов на свой смартфон. Приложение дает преимущество в коммуникации не только пациентам, но и врачам,

так как когда врачу понадобится срочная информация о данных клиента, он сможет запросить ее у пациента оперативно, также в приложении может храниться вся история клиента, предыдущие анализы и хронические заболевания, за счёт чего врачу будет проще определить диагноз. Таким образом основными преимуществами мобильного приложения для коммуникации с клиентом являются:

- гибкость построения коммуникаций с клиентом;

- быстрая реакция на запрос клиента;

- вовлеченность клиента;

- хранение информации о клиенте;

- простота использования (клиент может сам находить нужную ему информацию);

- прямые продажи;

- широкий охват аудитории;

- экономия времени как клиента, так и компании.

Недостатками являются:

- сложность и высокие затраты на внедрение;

- недостаток безопасности хранения данных;

- проблемы связи, так как еще не во всех частях региона проведен стабильный интернет.

Таким образом, технологии быстро развиваются, и клиенты с течением времени внедряют эти технологии в свою жизнь, пытаются ее упростить, компаниям в свою очередь, также необходимо внедрять данные технологии, чтобы не терять связи с клиентами, развивать лояльность и автоматизировать бизнес-процессы. ■

1. Власенко В.Е. Интернет-маркетинг / В.Е. Власенко. // Экономика и социум. – 2016. – С. 458 – 461.

2. Вроблевски Л. Сначала мобильные / Л. Вроблевски; пер. с англ. П. Миронова. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – С. 176

3. Ерлыгина Е.Г. Управление взаимоотношениями с клиентами / Е.Г. Ерлыгина, В.Д. Филимонова. // Бюллетень науки и практики. - 2020. - С. 212-218.

4. Горбачева М.А. Персонализированный омниканальный маркетинг / М.А. Горбачёва // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2020. – С. 39.

5. Baruah T. Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections: A micro-level study / T. Baruah. // International Journal of Scientific and Research Publications. – 2019. – С. 10.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Власенко В.Е. Интернет-маркетинг / В.Е. Власенко. // Экономика и социум. – 2016. – С. 458 – 461.

Вроблевски Л. Сначала мобильные / Л. Вроблевски; пер. с англ. П. Миронова. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – С. 176

Ерлыгина Е.Г. Управление взаимоотношениями с клиентами / Е.Г. Ерлыгина, В.Д. Филимонова. // Бюллетень науки и практики. - 2020. - С. 212-218.

Горбачева М.А. Персонализированный оминканальный маркетинг / М.А. Горбачёва // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2020. – С. 39.

Baruah T. Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections: A micro-level study / T. Baruah. // International Journal of Scientific and Research Publications. – 2019. – С. 10.

New types of business communication with customers

© Andreichenko E., Zeel A., Protasov A., 2024

The article analyzes the trend in the development of business communications with customers as an opportunity to effectively build a company's relationship with consumers using various tools. New types of tools that can be used to provide unusual customer support and analyze the number of clients covered are being considered in the article. The material describes both technologies: some that have been on the market for a long time, and completely new business models and applications. Technology development is one of the important processes that customers are increasingly implementing into their lives, trying to simplify it. Business, in turn, is also trying to implement these technologies for not to losing customer interaction, developing loyalty and automating business processes.

Keywords: communications, clients, business, customer interaction, social networks, messengers, mobile applications, personalization, omnichannel

УДК 339.13

БЮДЖЕТИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

© Андрейченко Э. А., Протасов А. С., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье описана специфика бюджетирования как инструмента финансового планирования. Бюджетирование является неотъемлемой частью финансового планирования и управления финансами организации. Оно играет важную роль в определении финансовых целей, планировании доходов и расходов, а также контроле и оценке финансовой производительности. Бюджетирование позволяет компаниям эффективно распределять ресурсы, прогнозировать будущие финансовые результаты и принимать стратегически обоснованные решения. В материале приведены принципы, обеспечивающие эффективность и целесообразность бюджетирования, а также ряд методов, которые могут быть использованы организацией для введения финансового планирования. Несмотря на многочисленные преимущества автоматизации бюджетирования, сформулированы ограничения, и риски, требующие внимания. Стоит отметить, что автоматизация бюджета требует финансовых и временных затрат на техническое внедрение и обучение персонала, но в будущем она поспособствует принятию более эффективных решений, оптимизации затрат и повышению уровня контроля над бюджетными процессами, что впоследствии приведет к максимизации прибыли.

Ключевые слова: бюджетирование, финансовое планирование, автоматизация бюджета, бюджетные процессы, финансовая деятельность организации

В настоящее время предприятия сталкиваются с непредсказуемостью и неопределенностью в бизнес-среде. Глобализация, изменения в регулировании, конкурентная борьба и быстро меняющиеся потребности клиентов создают необходимость в улучшении управления финансовыми ресурсами. В таких условиях бюджетирование становится неотъемлемым инструментом для достижения финансовой стабильности и устойчивости.

Бюджетирование предоставляет собой систематический подход к планированию и управлению финансами, позволяет устанавливать конкретные цели, определять ресурсы, необходимые для их достижения, и разрабатывать план действий. Данный инструмент также способствует контролю за финансовыми операциями, обнаружению несоответствий и принятию своевременных мер по коррекции.

Однако, бюджетирование не является простым процессом. Оно требует аккуратного сбора и точного анализа данных, учета внешних факторов, таких как инфляция и изменения в экономической

среде, а также участия всех уровней управления в организации. К тому же, эффективность бюджетирования зависит от гибкости и адаптивности к быстро меняющимся условиям в экономике.

Бюджетирование — это процесс разработки и утверждения финансового плана организации на определенный период времени. Главной целью бюджетирования является оптимизация использования финансовых ресурсов, позволяющая достичь финансовой стабильности и устойчивого развития организации [10]. Как говорит Ю.А. Летова в своих трудах, основными целями бюджетирования являются: планирование движения денежных средств (бюджет позволяет организации определить ожидаемые доходы и планируемые расходы на определенный период времени, что помогает прогнозировать финансовую ситуацию и принимать управленческие решения); оптимизация затрат (бюджетирование позволяет контролировать расходы и идентифицировать области, в которых можно снизить затраты, улучшить эффективность и повысить прибыльность организации);

формирование финансовых целей (бюджет помогает организации определить свои финансовые цели и разработать стратегии и тактики для их достижения) [13].

Бюджетирование, по словам Г. Бринсона, характеризуется определенными принципами, обеспечивающими его эффективность и целесообразность:

- целостность: бюджет должен быть составлен таким образом, чтобы охватывать все основные аспекты финансовой деятельности организации, учитывать все доходы и расходы, а также внешние аспекты в определенной сфере бизнеса;

- реалистичность: в бюджет должны попадать только правдивые данные, не завышенные или заниженные, в противном случае, такой прогноз не может считаться актуальным, и опираться на него для достижения финансовых целей будет нельзя;

- гибкость: в процессе выполнения бюджета могут возникать неожиданные обстоятельства, требующие корректировки планов, это будет невозможно сделать без качественного учета изменений внешней среды и внутренних условий организации;

- ответственность: каждый сотрудник, связанный с исполнением бюджета или его формированием, должен нести ответственность за достижение бюджетных целей того предприятия, на которое он работает [3].

Опираясь на труды Я. Шрайбера и его коллег, можно говорить о существовании нескольких методов бюджетирования, которые могут быть использованы организацией в зависимости от ее потребностей и характера бизнеса: традиционное бюджетирование (наиболее распространенный метод, основанный на анализе финансовых показателей прошлых периодах и прогнозах движения ДС); гибкое бюджетирование (метод предполагает создание более приспособляющегося бюджета, который может быть адаптирован к непредвиденным изменениям в бизнес-среде); нулевое бюджетирование (при использовании такого метода, бюджет составляется с нуля на основе оценки всех прогнозируемых затрат и возможных доходов в той или иной сфере бизнеса) [20]. Бюджетирование, как эффективный инструмент финансового планирования, имеет ряд преимуществ, среди которых:

- прозрачность: бюджет позволяет организации контролировать свои финансы и лучше понимать, на что идут конкретные суммы, к тому же упрощается процесс генерации отчетности для лиц, непосредственно принимающих управленческие решения;

- оптимизация: бюджетирование дает возможность организации оптимизировать свои расходы и использовать ресурсы более эффективно, что в свою очередь влияет и на повышение значений нераспределенной прибыли;

- прогнозирование: благодаря этому компания может планировать свои действия на будущее и

прогнозировать финансовые результаты, что впоследствии влияет на принятие более обоснованных финансовых стратегий [7].

Однако, из слов Н. Андрееву следует, что бюджетирование также имеет некоторые ограничения, такие как:

- четкий тайм-менеджмент: поскольку бюджет всегда формируется на определенный период и включает в себя конкретные финансовые затраты, такой вид финансового планирования может нести определенные сложности для предприятий, работающих в сферах с непредсказуемой изменчивостью ситуаций и (или) имеющих ограниченные ресурсы или сроки;

- фиксация данных: при возникновении непредвиденных ситуаций, бюджет рискует оказаться неактуальным, что может понести за собой необходимость в корректировках, которые не всегда могут быть приняты в условиях уже сформированного и одобренного руководящим составом финансового плана;

- непредсказуемость: данный аспект частично коррелирует с предыдущим, а именно в том, что представить максимально точный бюджет не представляется возможным ввиду того, что он формируется на основе прогноза и оценках анализа данных внешней и внутренней среды в определенной сфере бизнеса.

После рассмотрения базовых понятий, методов, положительных черт и слабых сторон бюджетирования, можно сделать вывод, что формирование и ведение бюджета движения денежных средств является важным и основным инструментом финансового планирования, помогающий организации грамотно распределять свои ресурсы для достижения максимизации прибыли [1].

Бюджетирование, под своим понятием, обобщает все процессы, участвующие в финансовом планировании, среди которых: максимизация прибыли (определение финансовых целей, а именно максимально возможное и «безвредное» сокращение расходов, ведущее к повышению прибыльности и (или) росту инвестиций, для компании на определенный период времени, с последующей разработкой стратегии по достижению таковых) [12]; БДР (эффективное управление финансами организации путем прогнозирования доходов и планирования расходов на обусловленные сроки) [15]; управленческий учет (произведение контроля и учета ДДС с последующим сравнением финансовых результатов с запланированными показателями для выявления расхождений и причин их появления, что в свою очередь, в будущем способствует формированию более точного бюджета) [5]; принятие решений (оценка спрогнозированных вариантов событий, влекущих разного рода финансовые последствия, требующих своевременных управленческих

решений для установления более эффективного, с точки зрения сохранения следования финансовых целей, исхода [4].

Эффективность использования бюджетирования в качестве инструмента финансового планирования заключается в следующем:

- реализм: при формировании бюджета необходимо производить адекватную оценку плановых расходов и прогнозных доходов, основанную на анализе уже имеющихся данных за прошедшие периоды и (или) опыте предприятий, работающих в той же сфере бизнеса [19];

- адаптивность: данный аспект не является популярным среди организаций, так как подразумевает под собой гибкость и ориентацию на постоянное изменение внешней и внутренней среды. К тому же, руководящему составу намного удобней видеть фиксированные плановые показатели, нежели постоянно плавающие. Однако, бюджет, отвечающий таким требованиям, может считаться более реалистичным и актуальным [9];

- коммуникации: также для достижения эффективности, Ю.В. Николаев считает, что необходимо участие всех сотрудников, связанных с финансовым планированием по бирюзовому принципу для формирования более точного бюджета. Зачастую, между тем, кто запланировал расход и директором огромная пропасть, они не имеют личного контакта, в результате чего руководство корректирует бюджет, основываясь на личных суждениях, которые не всегда отвечают действительности. В таком случае, необходимые издержки могут попасть под сокращение, а вторичные — остаться, что может негативно повлиять на производственный процесс [16];

- обучение: сотрудники всегда должны обучаться и развиваться, особенно те, кто непосредственно отвечает за бюджетирование и финансовое планирование. Обладать достаточными знаниями и навыками для эффективного использования бюджетирования возможно благодаря регулярным обучающим материалам по новым методикам и технологиям [6].

В целом, бюджетирование можно назвать мощным инструментом финансового планирования, играющим одну из основных ролей в бизнесе и позволяющим организации эффективно управлять своими финансами, принимать обоснованные управленческие решения и достигать финансовых целей. Эффективное использование бюджета способствует максимизации прибыли и результативности для организации.

Автоматизация бюджетирования может быть полезной, в качестве стратегии, для повышения эффективности и точности процесса финансового планирования.

Такое улучшение, как и другие, имеет определенные преимущества, среди которых: оптимизированная скорость (автоматизация финансового планирования позволит существенно

сократить время, затрачиваемое на формирование бюджета и управление им, обеспечить автоматическую агрегацию данных и генерацию отчетов, позволяющих сотрудникам сосредоточиться на анализе и принятии решений, а не на рутинных задачах); повышенная точность (автоматизация сократит риск возникновения ошибок при ручной обработке данных, поскольку инструменты бюджетирования могут самостоятельно, без вмешательства человека, проверять информацию на соответствие заданным правилам и логике, обнаруживать возможные расхождения и предупреждать о них, что способствует обеспечению более точных и надежных бюджетных прогнозов и результатов); упрощенный доступ (благодаря автоматизации появляется возможность обеспечить централизованное хранение данных бюджета и их доступность для всех заинтересованных сторон, что способствует эффективной коммуникации и сотрудничеству между различными отделами и участниками процесса бюджетирования, так как они смогут работать над бюджетом одновременно); углубленный анализ (автоматизация бюджетирования расширяет аналитические возможности, для проведения более детального анализа данных, построения сводных таблицы и графики, что позволяет предприятию точно разобрать свои финансовые показатели, с целью составления наиболее обоснованного прогноза); повышенная адаптивность (автоматизирование способствует приспособлению бюджета под изменяющиеся потребности организации, в основном таковыми служат масштабирование, а именно расширение некоторых отделов или создание новых подразделений) [14].

Несмотря на многочисленные преимущества автоматизации бюджетирования, Р. Карлсон утверждает, что существуют и некоторые ограничения, и риски, которые следует разобрать:

- затраты на внедрение: внедрение автоматизированных инструментов бюджетирования может потребовать значительных финансовых и временных затрат, таких как: приобретение и установку соответствующего программного обеспечения, обучение персонала и настройку системы под уникальные потребности организации. При этом всем еще также сохраняется необходимость в тщательной оценке расходов и ожидаемой выгоды от автоматизации;

- сложность и обучение: автоматизированные инструменты бюджетирования, зачастую, считаются сложными в использовании, особенно для сотрудников, не имеющих опыта работы с подобными системами. Обучение персонала и установление эффективного регламента использования инструментов могут потребовать времени, финансовых затрат и усилий. К тому же, еще стоит учитывать возможные трудности при

переходе с ручного бюджетирования на автоматизированные решения;

- зависимость от технологии: автоматизация бюджетирования включает в себя использование информационных технологий и программного обеспечения. Такое может привести к риску зависимости от технических сбоев, или несовместимости с другими ИТ-продуктами. Также следует учесть риски безопасности данных и необходимость регулярного апгрейда и поддержки системы;

- ограниченная гибкость: некоторые автоматизированные инструменты бюджетирования могут оказаться менее гибкими по сравнению с ручным подходом. Также они могут иметь ограничения и в том, каким образом можно определить и форматировать бюджетные данные или взаимодействовать с другими системами. Поэтому наиболее важной составляющей в автоматизации можно считать выбор инструментов, максимально соответствующих потребностям и требованиям организации;

- потребность в технической поддержке: автоматизированные инструменты бюджетирования требуют регулярных обновлений и поддержки для обеспечения их эффективной работы. В основном, это установка обновлений программного обеспечения, устранение ошибок, обучение персонала и поддержка пользователей. Для этого необходимо обеспечить надлежащую техническую поддержку и ресурсы для оптимального функционирования автоматизированной системы [8].

В настоящее время автоматизация бюджетирования продолжает развиваться и адаптироваться под изменяющиеся требования и технологические возможности. Существует ряд тенденций, способных оказать значительное влияние на автоматизацию ведения бюджета.

Искусственный интеллект играет все более значимую роль в автоматизации бюджетирования. Алгоритмы машинного обучения и анализа данных могут помочь автоматически обрабатывать большие объемы данных, выявлять тренды, прогнозировать результаты и предлагать оптимальные стратегии бюджетирования. Использование искусственного интеллекта позволит повысить точность и предсказательную способность бюджетирования [18]. Облачные технологии становятся все более популярными для автоматизации процесса бюджетирования. Использование подобных интернет-платформ позволит упростить доступ к бюджетным данным, обеспечить их централизованное хранение, обмен и совместную работу. Кроме того, облачные решения обычно могут обеспечить высокий уровень безопасности и гибкость в масштабировании [11].

Ввиду того, что автоматизация бюджетирования становится частью более широкой системы управления предприятием, интеграция с системами управления финансами, учетом, ресурсами

предприятия и другими решениями позволяет обмениваться данными, улучшать точность и повышать актуальность информации, а также автоматизировать процессы бюджетирования и отчетности.

Будущие инструменты автоматизации бюджетирования вероятно будут предоставлять расширенные возможности и функций для управления бюджетным процессом. Такое может включать в себя функции симуляции и моделирования, анализа чувствительности, управления рисками и сценарии планирования. Расширенная функциональность позволит организациям наиболее гибко и точно планировать свои финансы.

Развитие мобильных технологий дает возможность сотрудникам иметь доступ к инструментам бюджетирования через мобильные устройства. Подобные приложения могут обеспечить гибкость и мобильность в управлении бюджетными данными, облегчат получение информации (в виде уведомлений) и осуществлять взаимодействие с системой бюджетирования в любое время и из любого места.

Существует вероятность того, что инструменты бюджетирования будут предоставлять возможность анализировать и отслеживать бюджетные показатели в режиме реального времени. Это поспособствует оперативному реагированию на изменения, принятию своевременных взвешенных решений и корректировке бюджета [2].

Для качественной разработки и эффективного внедрения автоматизации бюджета необходимо будет проработать следующие этапы:

- цели и обоснование необходимости: на первом этапе необходимо определить понятные всем цели и требования, которым должна отвечать автоматизированная система бюджетирования. Главное здесь — это учитывание потребностей различных отделов и заинтересованных сторон в организации;

- выбор подходящих инструментов: при выборе таковых, наилучшим образом соответствующих определенных потребностям, важно тщательно исследовать рынок ИТ-продуктов, учитывая функциональность, гибкость, способность к интеграции с другими системами, а также стоимость и возможность масштабирования;

- обучение персонала: здесь сотрудникам должно быть предложено соответствующее требованиям работы с автоматизированным бюджетом образование, которое будет содействовать им в освоении функциональности системы, развитии необходимых навыков, позволяющих в будущем эффективно использовать инструменты для достижения целей бюджетирования;

- определение сроков и ответственных: на этом этапе правильным будет разработать стратегию внедрения автоматизации бюджетирования, а именно просчитать затрачиваемые ресурсы,

потенциальные проблемы и риски, обозначить сроки выполнения и приставить ответственных к каждому процессу внедрения;

- тестирование и адаптация: перед полным внедрением системы должно сначала быть проведено тестирование, чтобы убедиться в ее работоспособности и соответствии обозначенным требованиям. В процессе использования системы в тестовом режиме приветствуется отклики и обратная связь пользователей. Параллельно с этим необходимо проводить адаптацию автоматизированного бюджета для оптимизации процесса и будущего его эффективного использования;

- поддержка и обслуживание: проведение постоянных надлежащих поддержки и обслуживания системы бюджетирования является одним из важнейших этапов внедрения. Он включает в себя обновления программного обеспечения, устранение ошибок, обучение пользователей и техническую поддержку в решении возникающих проблем;

- оценка результатов: начиная с введения тестового режима системы необходимо проводить периодическую оценку результатов автоматизации бюджетирования, при этом сравнивая ее с поставленными целями. С этим помогут разработанные лично, на основе собственных потребностей, аналитические инструменты для оценки точности и эффективности процесса бюджетирования;

- постоянное развитие: в современном мире тенденции всего часто меняются, развиваются, и бюджетирование не является исключением. Данная автоматизацию должна регулярно обновляться, с появлением нововведений в этой сфере, чтобы использование новых технологий и функций повышала эффективность и скорость финансового планирования. Внедрение лучших практик и инноваций позволит организации оставаться конкурентоспособной и успешной в долгосрочной перспективе [17].

Несмотря на то, что автоматизация бюджета требует финансовых и временных затрат на техническое внедрение и обучение персонала, в будущем она поспособствует принятию более эффективных решений, оптимизации затрат и повышению уровня контроля над бюджетными процессами, что впоследствии приведет к максимизации прибыли. ■

1. Андреев Н. Бюджетирование в системе финансового менеджмента. – М.: Юрайт, 2015.

2. Бреннан М. и Макконнелл, Р. Финансовый менеджмент в коммерческом и государственном секторах. – СПб.: Питер, 2014.

3. Бринсон Г. Практическое руководство по бюджетированию. – М.: Бизнес, 2016.

4. Гитман Л. Принципы финансового менеджмента. – М.: ЮНИТИ, 2018.

5. Горбунова О. В. Бюджетирование и бюджетный контроль в управлении организацией. – М.: Экономистъ, 2014.

6. Драймонд Д. и Макконнелл Д. Бюджетирование: пошаговое руководство. – М.: Финансы и статистика, 2015.

7. Калиновская О. Ю. Бюджетирование и финансовый анализ. – М.: Экон-Информ, 2014.

8. Карлсон Р. Бюджетирование и прогнозирование в управлении. – М.: Юрайт, 2016.

9. Коровин В. В., Запервершин Н. В. и Глухова, Е. В. Бюджетирование в управлении организацией. – М.: КноРус, 2017.

10. Куприн В. В. Бюджетирование. – М.: Юрайт, 2017.

11. Ларсон К. и Уайльд Д. Бюджетирование и управление капиталом. – М.: Финансы и статистика, 2013.

12. Лебедев А. И., Панова М. С. и Константинов, С. В. Финансовое планирование и бюджетирование в организации. – М.: Юрайт, 2015.

13. Летова Ю. А. Бюджетирование в системе финансового управления предприятием. – М.: КноРус, 2018.

14. Липницкая М. В. Управление бюджетированием в организации. – М.: КноРус, 2019.

15. Лопатин И. Г. Финансовое планирование и бюджетирование в управлении предприятием. – М.: Финансы и статистика, 2013.

16. Николаев Ю. Н., Вишневецкая, Н. М. и Аврамова, Н. А. Бюджетирование в управлении финансами. – М.: Финансы и статистика, 2017.

17. Хелсэй Р. Финансы предприятий: Учебное пособие. – М.: Юрайт, 2019.

18. Хорниг Э. и Майсерс, Д. Финансы корпораций и стоимость капитала. – СПб.: Питер, 2012.

19. Шишкин В. М., Лупова, Н. В. и Павлова, И. В. Бюджетирование и финансовая отчетность. – М.: КНОРУС, 2014.

20. Шрайбер Я., Браун, К. и Мак Гроу-Хилл. Бюджетирование: практика и обучение. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Гитман Л. Принципы финансового менеджмента. – М.: ЮНИТИ, 2018.

Андреев Н. Бюджетирование в системе финансового менеджмента. – М.: Юрайт, 2015.

Бреннан М. и Макконнелл, Р. Финансовый менеджмент в коммерческом и государственном секторах. – СПб.: Питер, 2014.

Бринсон Г. Практическое руководство по бюджетированию. – М.: Бизнес, 2016.

Горбунова О. В. Бюджетирование и бюджетный контроль в управлении организацией. – М.: Экономистъ, 2014.

Драймонд Д. и Макконнелл Д. Бюджетирование: пошаговое руководство. – М.: Финансы и статистика, 2015.

Калиновская О. Ю. Бюджетирование и финансовый анализ. – М.: Экон-Информ, 2014.

Карлсон Р. Бюджетирование и прогнозирование в управлении. – М.: Юрайт, 2016.

Коровин В. В., Заперевевершин Н. В. и Глухова, Е. В. Бюджетирование в управлении организацией. – М.: КноРус, 2017.

Куприн В. В. Бюджетирование. – М.: Юрайт, 2017.

Ларсон К. и Уайльд Д. Бюджетирование и управление капиталом. – М.: Финансы и статистика, 2013.

Лебедев А. И., Панова М. С. и Константинов, С. В. Финансовое планирование и бюджетирование в организации. – М.: Юрайт, 2015.

Летова Ю. А. Бюджетирование в системе финансового управления предприятием. – М.: КноРус, 2018.

Липницкая М. В. Управление бюджетированием в организации. – М.: КноРус, 2019.

Лопатин И. Г. Финансовое планирование и бюджетирование в управлении предприятием. – М.: Финансы и статистика, 2013.

Николаев Ю. Н., Вишневецкая, Н. М. и Аврамова, Н. А. Бюджетирование в управлении финансами. – М.: Финансы и статистика, 2017.

Хелсэй Р. Финансы предприятий: Учебное пособие. – М.: Юрайт, 2019.

Хорниг Э. и Майсерс, Д. Финансы корпораций и стоимость капитала. – СПб.: Питер, 2012.

Шишкин В. М., Лупова, Н. В. и Павлова, И. В. Бюджетирование и финансовая отчетность. – М.: КНОРУС, 2014.

Шрайбер Я., Браун, К. и Мак Гроу-Хилл. Бюджетирование: практика и обучение. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016.

Budgeting as a financial planning tool

© Andreichenko E., Protasov A., 2024

The article describes the specifics of budgeting as a financial planning tool. Budgeting is an integral part of financial planning and financial management of an organization. It plays an important role in setting financial goals, planning income and expenses, and monitoring and evaluating financial performance. Budgeting allows companies to effectively allocate resources, predict future financial results and make strategic decisions. The material provides principles that ensure the effectiveness and expediency of budgeting, as well as a number of methods that can be used by an organization to introduce financial planning. Despite the many benefits of budgeting automation, limitations and risks have been identified that require attention. It is worth noting that budget automation requires financial and time costs for technical implementation and staff training, but in the future, it will contribute to making more effective decisions, optimizing costs and increasing the level of control over budget processes, which will subsequently lead to maximizing profits.

Keywords: budgeting, financial planning, budget automation, budget processes, financial activities of the organization

УДК 332.1

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ОЗЕРЕ БАЙКАЛ

© Анисов Н. А., Выборова Е. А., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В современном мире туристическая индустрия занимает ведущее положение в экономической структуре многих стран. Её развитие способно принести ощутимую пользу микро- и макроэкономике. В настоящее время Иркутская область, на территории которой расположено уникальное озеро Байкал, пока не может похвастаться статусом мирового центра туристического притяжения. В статье будут рассмотрены предложения по развитию туризма на озере Байкал.

Ключевые слова: туризм, проблемы развития туризма в регионе, Иркутская область, озеро Байкал

Сейчас идет процесс активного развития мировой туристической отрасли. Туризм справедливо признается одной из быстрорастущих отраслей мировой экономики, уступая по своему объему и потенциалу только промышленному сектору.

К примеру, по данным за 2019 год, в таких странах, как Испания, Франция и Португалия, туризм составляет сегодня 19,8 %, 8 % и 23,6 % валового внутреннего продукта соответственно, в России же этот показатель на данный момент составляет около 4 %, следует из презентации нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства», опубликованной летом 2020 г. [1].

Переходя к следующему, Российская Федерация обладает огромным потенциалом для развития туристической отрасли. Разнообразие природных и

климатических условий в разных регионах страны позволяет развивать практически все виды туризма: от пляжного до культурно-познавательного, от круизного до экологического, от сельского до активного и оздоровительного, а также событийного и делового.

По данным Всемирная туристская организация (ЮНВТО) — одного из специализированных органов Организации Объединенных Наций, целью которого является продвижение туризма — Россия может принимать до 40 миллионов иностранных туристов в год. Однако, в настоящее время количество приезжих составляет всего 24,4 миллиона человек, что дает России всего 1 % доли на мировом туристическом рынке.

В настоящее время Россия занимает скорее позицию импортера, а не экспортера туристических

услуг. Тем не менее, статистика за 2020–2021 годы свидетельствует о положительной динамике

посещений России иностранными туристами (Рис. 1).



Рис. 1. Динамика въездов в Россию и выездов граждан РФ с целью туризма, чел.

В первую десятку стран, откуда больше всего гостей едет в Россию, вошли Украина, Казахстан, Абхазия, Таджикистан, Узбекистан, Азербайджан, Армения, Киргизия, Республика Молдова, Финляндия [2] (Табл. 1).

Таблица 1. Число туристических поездок иностранных граждан в Россию за 2020–2021 гг., чел.

	2020	2021	Изменения, %
Украина	3 236 742	3 931 580	21,5
Казахстан	685 938	565 045	-17,6
Абхазия	409 258	633 388	54,8
Таджикистан	141 402	279 167	97,4
Узбекистан	182 653	207 062	13,4
Азербайджан	186 826	130 789	-30,0
Армения	106 612	180 539	69,3
Киргизия	65 014	132 419	103,7
Молдова, Республика	100 593	93 151	-7,4
Финляндия	165 268	26 957	-83,7
Всего по топ-10 стран	5 280 306	6 180 097	17,0
Всего по всем странам	6 358 959	7 079 810	11,3

России существуют несколько основных туристических центров притяжения, среди которых можно выделить следующие [3]:

- Город Сочи;
- Краснодарский край;
- Город Москва;
- Алтайский край;
- Город Санкт-Петербург;
- Республики Кавказа;
- Озеро Байкал;
- Карелия;
- Приморский край;
- Полуостров Крым.

Наше внимание направим на развитие туризма непосредственно в Иркутской области. Регион обладает огромным потенциалом для привлечения

туристов благодаря озеру Байкал. Однако, в настоящее время, использование туристического потенциала озера Байкал не позволяет максимально реализовать потенциал региона и повысить его конкурентоспособность в сфере организации внутреннего туризма в РФ.

Иркутская область входит в топ-10 наиболее популярных регионов России среди иностранных туристов. Байкал, согласно отчету Агентства по туризму Иркутской области, занимает третье место среди самых желанных мест для отдыха.

За последние три года средний годовой прирост объема туристического потока в Иркутскую область составил более 3,5 %, а прирост туристических услуг увеличился на 11,5 %.

Озеро Байкал расположено на территории Ольхонского, Слюдянкинского, Иркутского

районов Иркутской области и республики Бурятия. Ольховский район особенно популярен среди туристов, благодаря его относительно благоприятному климату, разнообразию пейзажей, уникальному животному и растительному миру, а также наличию гидроминеральных ресурсов.

Основными туристическими центрами в этом районе являются остров Ольхон, Харан-цы, мыс Хобой, озеро Шара-Нур, Тажеранская степь, Малое море, Острова: Огой, Замогой, Бухта Ая, местность Хубы, Ижимей, Гора Ёрд, Бугульдейка, Сарма, Курма, Зама, Онгурёны.

Исходя из анализа туристического потока в районе, можно сказать, что наблюдается положительная динамика. По данным ТАСС, в июне 2021 года турпоток на Ольхон составил 9 312 человек, в июле, по данным на 21 июля, — 12 591. В июне 2022 года турпоток достиг 11 245 человек, в июле, по данным на 21 июля, — 16 147 туристов. А Игорь Кобзев, губернатор Иркутской области, отметил, что к 2036 году цель увеличить поток туристов в регион с 1,7 до 3,6 миллионов, об этом было написано в газете «Мои годы» за декабрь 2023 года [4].

Рассмотрим проблемы, связанные с ведением туристического бизнеса на Байкале. Стоит отметить, что озеро Байкал является всемирным наследием ЮНЕСКО, поэтому, когда мы говорим про туризм в Центральной Экологической зоне Байкальской природной территории (ЦЭЗ БПТ), необходимо в том числе принимать во внимание влияние экологических факторов и антропогенной нагрузки, которые необходимо учитывать туристическим предприятиям. Их деятельность регламентируется правилами нахождения на особо охраняемой природной территории (ООПТ). По нашему мнению, внутренними причинами, которые сдерживают развитие туризма на Байкале, в первую очередь в Ольховском районе, являются:

- наличие «правовой аномалии» на ЦЭЗ БПТ и ООПТ;
- нехватка научных исследований для решения экологических проблем на ЦЭЗ БПТ и ООПТ;
- проблема с твёрдыми коммунальными отходами (ТКО) на ЦЭЗ БПТ и ООПТ;
- необходимость регламентирования управления ООПТ;
- слабая степень вовлечения проактивного бизнеса в решение социальных и экологических проблем на ЦЭЗ БПТ и ООПТ.

Для минимизации этих сдерживающих факторов и успешного развития туризма, предлагается рассмотреть разработанные нами предложения по решению вышеописанных проблем.

Предлагается рассмотреть в первую очередь этапы решения проблемы с правовой аномалией на ЦЭЗ БПТ и ООПТ. Для начала, необходимо разработать стратегию социально-экономического развития БПТ как уникального макрорегиона Российской Федерации. Далее, нужно усовершенствовать методологии достижения

целевого показателя по озеру Байкал национальной цели развития «Комфортная и безопасная среда для жизни». Следующим нашим шагом будет разработка отдельного Справочника НДТ по ликвидации накопленного экологического ущерба, обращения с отходами производства и потребления, очистки сточных вод с целью их применения в природных условиях Байкальской природной территории с учётом уязвимости и значимости экологических систем. Затем, предлагается повысить правовой статус общественной экологической экспертизы с учетом необходимости ее проведения при обязательном участии ведущих научных организаций и НКО в отношении объектов с особо уязвимыми экологическими системами, а также объектов Всемирного наследия. После этого, необходимо организовать и провести стратегическую экологическую оценку для Байкальской природной территории и ООПТ. Финальным шагом будет разработка и принятие документов технического регулирования: «Национальный стандарт Российской Федерации. Охрана окружающей среды. Методология проведения стратегической экологической оценки. Общие требования» и «Национальный стандарт Российской Федерации. Охрана окружающей среды. Оценка кумулятивных воздействий на природные объекты. Общие требования».

Стоит отметить необходимость привлечения научных коллективов для проведения исследований, которые могут способствовать решению экологических проблем на БПТ. Это позволит улучшить общее состояние Байкала и территории вокруг него, а также сократить риски, связанные с экологией, которые могут негативно сказаться на ведении бизнеса. В данный момент есть потребность в исследовании на темы: «Воздействие повышения температуры приземного слоя атмосферы на водный баланс озера Байкал (связь с изменением испарения, стока и физическим расширением)»; «Прогноз изменения стока основных притоков Байкала и уровня озера на основе CMIP6 моделирования климата для различных сценариев МГЭИК, а также специального регионального гидрологического моделирования»; «Комплексная оценка уязвимости территории и отдельных объектов (природных и антропогенных) при выходе уровня озера Байкал за пределы диапазона 456–457 м ТО»; «Исследование влияния пожаров и других типов обезлесивания (ветровалы, вспышки численности насекомых, рубки и т.д.), а также влияния урбанизации на изменение уровня через изменение стока рек, пика паводков, снегонакопления и снеготаяния и т.д.»; «Моделирование критических опасных гидрометеорологических явлений и их комплексов»; «Определение зон потенциального затопления и подтопления на БПТ при сочетании неблагоприятных и опасных гидрометеорологических явлений малой обеспеченности, с учетом изменений климата» и многие другие. Информация о потребности в

исследования взята из презентации общественной палаты Иркутской области на тему «Оценка экологических и социальных проблем Байкальской природной территории» [5].

Далее, рассмотрим варианты решения проблемы с ТКО и другими видами отходов.

Первым этапом стоит выделить необходимость ускорения темпов развития инфраструктуры по размещению, утилизации и обработке отходов.

Вторым, предлагается повысить качества работы региональных властей по направлению ТКО, в частности, более качественная проработка вопросов получения инвестиций из федерального бюджета на развитие инфраструктуры, в частности строительства мусороперерабатывающего завода под Ангарском, который по плану должны запустить в мае 2026 года.

Третьим этапом, была выделена необходимость в реализации в рамках региональных проектов Иркутской области и Республики Бурятия практических мероприятий по поэтапному запрету на захоронение отходов, не прошедших сортировку, механическую и химическую обработку, а также отходов, которые могут быть использованы как вторичное материальное сырьё.

В качестве четвертого этапа была выделена значимость во введении на БПТ поэтапного запрета использования продукции одноразового назначения (одноразовой пластиковой посуды, отдельных видов пластиковой упаковки и пр.).

Также не стоит забывать о пятом этапе, который включает в себя внедрение системы обеспечения инфраструктуры по раздельному (селективному) сбору отходов на БПТ.

На шестом этапе, необходима реализация мероприятий по обустройству причалов приемными пунктами временного сбора ТКО и емкостями, обеспечивающими прием и временное хранение загрязненных стоков с судов: г. Слюдянка, г. Байкальск, п. Култук, п. Листвянка, п. МРС, п. Выдрино, п. Усть-Баргузин, п. Северобайкальск.

Седьмой этап будет включать в себя создание региональной ассоциации переработчиков отходов в Иркутской области и в Республике Бурятия, проработка вопроса о создании ассоциации переработчиков отходов на БПТ (имеющий межрегиональное значение).

Восьмым этапом была выделена необходимость в дополнительном финансировании мероприятий по экологическому просвещению населения Иркутской области и Республики Бурятия по повышению культуры потребления и раздельному сбору отходов.

Девятым этапом нужно обеспечить поддержку НКО, осуществляющих проекты в области экологического просвещения по вопросам обращения с отходами.

Финальный этап по решению проблем с ТКО и отходами включают в себя внедрение в программы школьного курса «Основы безопасности

жизнедеятельности», уроков по экологической безопасности и просвещению, в том числе по раздельному сбору коммунальных отходов (программы разработаны общественными организациями и в настоящее время активно внедряются в школах города Иркутска и Иркутской области).

Перейдём к улучшению управления байкальскими ООПТ. Его можно рассматривать на трёх уровнях, а именно на Федеральном, на Региональном и на уровне ООПТ.

Предложения по улучшению на Федеральном уровне:

- на национальном уровне войти в программу IUCN «Green List of Protected and Conserved Areas» и внедрить стандарты программы в оценку эффективности работы российских ООПТ;
- предложить подход к управлению федеральными ООПТ на основе группировки их по экорегионам с учётом социально-экономической ситуации, а для ЦЭЗ БПТ сформировать отдельный кластер с соответствующими требованиями к подходам и результатам работы;
- разработать комплект методических документов по основным видам деятельности ООПТ, в первую очередь, по научной работе, мониторингу и развитию природоохранного туризма с учётом миссии учреждений — сохранение природы от антропогенного воздействия;
- актуализировать Стратегию сохранения биоразнообразия экосистемы озера Байкал 2001 года и придать ей нормативный статус.

Следующие предложения касаются Регионального уровня, а именно:

- разработать единую программу мониторинга состояния биологического разнообразия, распространив ее действие на федеральные и региональные ООПТ ЦЭЗ;
- рекомендовать Иркутской области создать единый орган управления региональными ООПТ; Иркутской области и Республике Бурятия рассмотреть возможность создания дирекций отдельных ООПТ, требующих повышенного внимания, на примере Красноярского и Забайкальского краёв.

И на уровне самого ООПТ можно сделать следующее:

- усилить охрану заповедников в составе объединённых дирекций — Баргузинского и Байкало-Ленского;
- определить основной задачей для научного отдела оценку состояния биоразнообразия и экосистем как эффективность работы учреждения;
- стремиться развивать на ООПТ природоохранные виды туризма, наиболее эффективным из которых является экологический туризм (соответствующий 4 международным критериям: туризм в дикой природе; минимальное и

контролируемое воздействие; природоохранные эффекты и интеграция в местную экономику).

Для эффективного решения последней проблемы, связанной с низкой степенью вовлеченности проактивного бизнеса, предлагается разделить наши предложения по трём направлениям [6].

Первое направление называется биоразнообразие. Оно включает в себя:

- проведение оценки воздействия на биоразнообразие;

- разработка корпоративных стандартов по сохранению биоразнообразия с учетом иерархии мер смягчения воздействий на биоразнообразие (предотвращение, снижение, восстановление, компенсация/офсет);

- разработка количественных, измеримых целевых показателей в сфере снижения негативного воздействия на биоразнообразие;

- определение мер снижения воздействий, выбрать виды-индикаторы, эталонные и уязвимые экосистемы, проводить мониторинг и корректировку мер на основе результатов;

- формирование планов действий отдельно для разных производственных объектов;

В рамках корпоративных программ определиться с целями поддержки ООПТ (объекты сохранения, цели, мероприятия) и отслеживать результативность.

Вторым являются зеленые проекты. В данное направление входят такие идеи, как:

- оценка потенциала воздействия рисков, связанных с последствиями изменения климата, принять программы по смягчению их воздействия и адаптации;

- наращивание сотрудничества с научными институтами (биотехнологии, биомониторинг, мониторинг антропогенного воздействия, световое загрязнение и др.);

- внедрение передовых стандартов экологической ответственности и устойчивого развития (GCST, Earth check, ISO и др.), более активно внедрять принципы КСО;

- развитие сотрудничества (в т.ч. pro bono) с экологическим и социальным предпринимательством на взаимовыгодных условиях (не в виде благотворительности) по направлениям PCO, переработка, сокращение отходов, рециклинг, местное производство и др.

Последнее — это открытость. Данный пункт подразумевает под собой:

- повышение квалификации персонала в области устойчивого развития;

- разграничение экологических и псевдоэкологических проектов;

- разделение корпоративной ответственности и благотворительности;

- участие в создании и развитии площадок диалога по КСО и экологическим и социальным инициативам;

- ведение мониторинга результатов грантовых проектов, публиковать данную информацию;

- необходимость открывать на сайте доступ к экологической информации по форме 2-ТП с разбивкой на регионы деятельности и производственные активы;

- публикацию результатов экологического мониторинга и проводимых исследований.

Таким образом, этот комплекс предложений по решению экологических и социальных проблем способствует развитию туризма на Байкале, повысит его привлекательность для туристов, сократит риски и издержки предпринимателей и в целом улучшит состояние озера и прилегающих территорий. ■

1. NoNews: новостной портал: [сайт]. -2020-. - URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/international-tourism> (дата обращения: 24.12.2023. - Текст: электронный.

2. Федеральное агентство по туризму: [сайт]. - Москва. - URL: <https://tourism.gov.ru/other/statistika/chislo-vezdnykh-turistskikh-poezdok-inostrannykh-grazhdan-v-rossiyskuyu-federatsiyu-rosstat/> (дата обращения: 24.12.2023. - Текст: электронный

3. Национальные приоритеты: новостной портал: [сайт]. -01.06.2023-. - URL: <https://xn--80aapamcavoccigmpc9ab4d0fkj.xn--p1ai/news/tendentsii-turizma-v-rossii/?ysclid=lqhxnuvbx808176166> (дата обращения: 24.12.2023. - Текст: электронный

4. Мои годы: Новости большого региона. – 22.12.2023 - . - Иркутск, 2023 - . - Еженед. - Текст: непосредственный.

5. Презентация Общественной палаты Российской Федерации: Оценка экологических и социальных проблем Байкальской природной территории: Материалы презентации,15.12.2021.- Иркутск, 2021.- Текст : непосредственный.

6. Доклад Общественной палаты Российской Федерации: Взаимодействие предпринимательского сообщества в сфере развития туризма на Байкале с правительством Иркутской области: Материалы доклада,06.2023.- Иркутск, 2023.- Текст : непосредственный

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

NoNews: новостной портал: [сайт]. -2020-. - URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/international-tourism> (дата обращения: 24.12.2023. - Текст: электронный.

Доклад Общественной палаты Российской Федерации: Взаимодействие предпринимательского сообщества в сфере развития туризма на Байкале с правительством Иркутской области: Материалы доклада,06.2023.- Иркутск, 2023.- Текст : непосредственный

Мои годы: Новости большого региона. – 22.12.2023 - . - Иркутск, 2023 - . - Еженед. - Текст: непосредственный.

Национальные приоритеты: новостной портал: [сайт]. -01.06.2023-. - URL: <https://xn--80aapamcavoccigmpc9ab4d0fkj.xn-->

p1ai/news/tendentsii-turizma-v-rossii/?ysclid=lqhxnuvbx808176166 (дата обращения: 24.12.2023. - Текст: электронный

Презентация Общественной палаты Российской Федерации: Оценка экологических и социальных проблем Байкальской природной территории: Материалы презентации, 15.12.2021.- Иркутск, 2021.- Текст : непосредственный.

Федеральное агентство по туризму: [сайт]. - Москва. - URL: <https://tourism.gov.ru/other/statistika/chislo-vezdnykh-turistskikh-poezdok-inostrannykh-grazhdan-v-rossiyskuyu-federatsiyu-rosstat/> (дата обращения: 24.12.2023. - Текст: электронный

Problems and prospects for tourism development on lake Baikal

© Anisov N., Vyborova E., 2024

In the modern world, the tourism industry occupies a leading position in the economic sphere of many countries. Its development can bring tangible benefits to micro- and macroeconomics. Currently, the Irkutsk region, on whose territory the unique Lake Baikal is located, cannot yet relate to the status of the international touristic center. The article considers proposals for the development of tourism on Lake Baikal.

Keywords: tourism, problems of tourism development in the region, Irkutsk region, Lake Baikal

УДК 338.27

ПРОБЛЕМА ДИСБАЛАНСА ПРИОРИТЕТОВ ШКОЛ И ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ РЕГИОНА

© Баева Д. Е., Грошева Е. К., Костина К. А., Куклин А. И., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Проблема стратегического соответствия выпускников высших учебных заведений и потребности региональных компаний в закрытии вакансий обсуждается давно. Проводятся многочисленные совещания, стратегические мероприятия, ежегодно обсуждаются контрольные цифры приема на бюджетные места, и, теоретически, все выглядит хорошо: в высшие учебные заведения (далее — вузы) поступают абитуриенты, которые получают образование, востребованное в региональных компаниях. Однако, для поступления на бюджетные, и даже на коммерческие места, абитуриенты должны сдать определенный набор единых государственных экзаменов (далее — ЕГЭ), которые определены для каждого направления поступления нормативно-распорядительными актами Министерства науки и высшего образования. Точно так же нормативно установлены минимальные проходные баллы по ЕГЭ, необходимые для поступления в вуз (отметим, что для отраслевых вузов, например, сельскохозяйственного и железнодорожного, проходной балл может быть ниже, чем для вузов, подведомственных непосредственно Министерству науки и высшего образования [1]). Для тех регионов, где учебных заведений высшего образования мало, а численность выпускников школ в разы превышает вакантные места для поступления, это не является проблемой. Однако в территориях, где большое количество высших учебных заведений (таких, как Иркутская область), возникает ситуация, когда количество выпускников школ, сдающих ЕГЭ по профильным дисциплинам, меньше, чем количество свободных мест (даже иногда и бюджетных). Решением этой проблемы может стать принудительное распределение по школам региона целевых показателей по сданным ЕГЭ по профилям поступления в высшие учебные заведения, и выстраивание системы показателей эффективности школ в зависимости от выполнения данных показателей.

Ключевые слова: приоритеты школы при выборе ЕГЭ, дисбаланс количества ЕГЭ и контрольных цифр приема, согласование интересов школ и ВУЗов на уровне региона, профориентация, абитуриент

Гипотеза, обсуждаемая в данном исследовании, следующая: высшие учебные заведения региона (такие как Иркутский государственный университет (ИГУ), Иркутский национальный исследовательский технический университет (ИрНТУ), Байкальский государственный университет (БГУ), Иркутский государственный университет путей сообщения (ИрГУПС), Иркутский государственный медицинский университет (ИГМУ), Иркутский государственный аграрный университет им. А.А. Ежевского (ИрГАУ) ежегодно делают заявку на бюджетные места (финансируемые за счет средств федерального бюджета), и на количество

абитуриентов, поступающих на коммерческой основе по направлениям подготовки, реализуемым в ВУЗах. Эта заявка строится, исходя из вакансий на рынке труда, работе с компаниями региона, их заявками на выпускников. Однако вузы сталкиваются с тем, что школы не обеспечивают нужного числа выпускников, сдающих ЕГЭ под заявленные места для обучения (мы даже не говорим об оттоке отличников за пределы региона), а по ряду направлений — даже и на бюджетные места.

Далее представим статистику по сдаче ЕГЭ (источник — выступление на Ученом совете ФГБОУ ВО ИГУ):

Предмет	количество участвовавших в ЕГЭ, чел		разница 2022-2023, чел.	Количество преодолевших порог, установленный Рособрнадзором, чел.	
	2022	2023		2022	2023
Русский язык	13 401	12455	946	13 331	12391
Математика (профиль)	6 689	6072	617	5 642	5330
Математика (база)	7 545	6820	725	7 285	6593
Физика	2 097	1862	235	1 740	1601
Химия	1 217	1281	-64	863	839
Информатика и ИКТ	2 355	2526	-171	1 791	2013
Биология	1 870	1893	-23	1 433	1436
История	1 856	1785	71	1 624	1546
География	259	248	11	229	216
Обществознание	6 484	5809	675	5 175	4177
Литература	609	604	5	550	575
Английский язык	1 265	1228	37	1 249	1196
Немецкий язык	10	11	-1	9	11
Французский язык	3	2	1	3	2
Китайский язык	4	9	-5	3	9

Рис. 1. Количество сдававших ЕГЭ выпускников Иркутской области

Мы видим, что в целом количество выпускников уменьшается — это можно объяснить «демографическим провалом». Общее количество выпускников можно увидеть по количеству сдававших ЕГЭ по русскому языку (хотя есть и те, кто не сдавали ЕГЭ по русскому, так как изначально не планировали поступать в вузы России). Следовательно, всего в 2023 в Иркутской области могут претендовать на бюджетные места 12 455 выпускников (из них всего 12 391 человек могут претендовать на бюджетные места не в отраслевых вузах, где более низкий порог).

При этом количество сдавших, преодолевших порог, который Рособрнадзор устанавливает для высших учебных заведений, по ряду направлений (химия, например) очень маленькое (из 1281 сдававшего порог прошло только 65%). Этого количества не хватает, чтобы закрыть бюджетные места.

Перечень ЕГЭ устанавливается исходя из регламентированных требований — по ряду направлений можно выбрать из, например, химии и физики, но это бы решало проблему только в том случае, если бы абитуриент сдавал и тот, и другой предмет, и, в случае не сдачи одного предмета, поступал бы по баллам другого. Но, как правило, школьники выбирают один узкоспециализированный предмет для поступления (зачастую ЕГЭ сдаются в связке: русский-математика/обществознание-профильный предмет).

Наибольшей популярностью пользуются профильная математика и обществознание; более

узкопрофильные предметы — физика, химия — гораздо менее популярны — это менее 15 % и 10 % сдающих соответственно.

Но в последнее время мы видим, в том числе и на рис. 1, что при выборе между математикой профильной (собственно ЕГЭ, необходимый для ВУЗа) и базовой (экзамен для получения аттестата), абитуриенты выбирают базовую. От этого шанс поступления на естественнонаучные, технические и инженерные направления очень низкий, что так же влечет за собой незакрытые бюджетные места. Этот выбор может быть связан с тем, что если абитуриент по профильной математике не наберет минимум 27 баллов, то он не получит аттестат. Ему нужно будет пересдать данный предмет в сентябре. А, как известно, основная приемная кампания завершается в августе. Также одна из причин отказа от профильной математики – совет учителя не сдавать профильную математику в связи со сложностью заданий, рейтингом школы или знаний обучающегося по данному предмету.

Перечень ЕГЭ утверждается приказом Министерства науки и высшего образования, в котором указано, что образовательные организации должны установить два предмета обязательных, а третий предмет — на выбор. Каждый вуз ежегодно утверждает свои комбинации ЕГЭ в правилах приема.

Для примера приведем перечень ЕГЭ в ИрНИТУ в 2023 году [4]:

Код	Направления подготовки	Вступительные испытания
1	2	3
07.03.01	Архитектура	1. Русский язык 2. Математика (профильный уровень) 3. Рисунок 4. Композиция
07.03.02	Реконструкция и реставрация архитектурного наследия	1. Русский язык 2. Математика (профильный уровень) 3. Рисунок 4. Композиция
07.03.03	Дизайн архитектурной среды	1. Русский язык 2. Математика (профильный уровень) 3. Рисунок 4. Композиция
07.03.04	Градостроительство	1. Математика (профильный уровень) 2. Русский язык 3. Обществознание/ Физика/ Иностранный язык
08.03.01	Строительство	1. Математика(профильный уровень) 2. Русский язык 3. Физика/Информатика и ИКТ/ Химия/ Иностранный язык
09.03.01	Информатика и вычислительная техника (англоязычная программа)	1. Математика (профильный уровень) 2. Русский язык 3. Иностранный язык / Информатика и ИКТ
09.03.01	Информатика и вычислительная техника	1. Математика (профильный уровень) 2. Русский язык 3. Информатика и ИКТ / Физика / Химия /Иностранный язык
09.03.02	Информационные системы и технологии	1. Математика (профильный уровень) 2. Русский язык 3. Информатика и ИКТ / Физика / Химия /Иностранный язык
10.03.01	Информационная безопасность	1. Математика (профильный уровень) 2. Русский язык 3. Информатика и ИКТ / Физика / Химия /Иностранный язык
11.03.01	Радиотехника	1. Математика (профильный уровень) 2. Русский язык 3. Физика / Информатика и ИКТ / Иностранный язык / Химия

Рис. 2. Пример выбора ЕГЭ

Количество бюджетных мест в ИрНТУ в 2023 году по направлениям бакалавриата и специалитета по всем формам обучения — 1 747 [5].

Сопоставимое количество абитуриентов — 1500 человек — в 2023 году могло поступить в ИГУ. ИГМУ на очную форму обучения набирал 900 человек; кроме того, в регионе есть ИрГАУ, БГУ, ИрГУПС, а также большое количество филиалов вузов, где так же открыт набор на бюджетные места.

Не будем забывать, что часть выпускников школ изначально планирует поступление не в вузы, а в учреждения среднего профессионального образования, например, Иркутский областной музыкальный колледж им. Ф. Шопена, Иркутский региональный педагогический колледж и так далее.

Далее приведем план набора на направления бакалавриата по очной форме обучения на бюджетные и платные места в ИрНТУ:

направление	Бюджет - всего	Бюджет - целевой	Бюджет - льготный	Бюджет - отд.квота	Коммерческий
07.03.01 - Архитектура	25	2	0	2	35
07.03.02 - Реконструкция и реставрация архитектурного наследия	15	0	1	0	10
07.03.03 - Дизайн архитектурной среды	20	0	1	0	15
07.03.04 - Градостроительство	20	2	1	0	35
08.03.01 - Строительство	150	1	5	0	35
09.03.01 - Информатика и вычислительная техника	100	1 1 - ООО "Газпром добыча Иркутск"	8	2	70
09.03.01 - Информатика и вычислительная техника (англоязычная программа)	0	0	0	0	50
09.03.02 - Информационные системы и технологии	50	1	4	1	60
10.03.01 - Информационная безопасность	30	3 1 - АО "Улан-Удэнский авиационный завод"	2	1	50
11.03.01 - Радиотехника	25	0	0	0	10
11.03.02 - Инфокоммуникационные технологии и системы связи	25	0	0	0	10
13.03.01 - Теплоэнергетика и теплотехника	40	1 1 - ПАО "Муромский завод"	0	0	20

Рис.3. Контрольные цифры приема

Если посмотреть по профильным ЕГЭ, то, по самым скромным расчетам, без учета льготников, физика нужна для поступления примерно на 1 600 бюджетных мест в ИрННТУ, около 500 бюджетных мест в ИГУ, что уже больше, чем 1 862 сдающих (а еще есть ИрГУПС, БГУ и ИрГАУ).

Химия: только в ИрННТУ и ИГУ количество бюджетных мест с ЕГЭ по химии превышает количество сдавших ЕГЭ в 2023 году (1 100), а совокупно с ИГМУ (где 900 бюджетных мест с требованием по ЕГЭ) и ИрГУПС количество «потребности» в два раза больше, чем количество сдающих химию.

Несомненно, есть специальности, куда можно поступать на основании диплома о среднем профессиональном образовании (СПО) и сдать внутренние вступительные испытания (далее – ВИ). Но опять же, каждый вуз должен сам определить направления, на которые возможно сдать ВИ после окончания СПО. Если рассмотреть на примере двух вузов ИГУ и ИрННТУ в 2023 году поступление после СПО на направление «Химия», то мы увидим, что ИрННТУ определили перечень ВИ для данной

категории поступающих, а ИГУ нет — поэтому, поступление было только по результатам ЕГЭ, что ведет к потере абитуриентов. Но, если мы рассмотрим учебный процесс, то поступающих после образовательных учреждений СПО по очной форме обучения не более 10 %, которые успешно завершают учебный процесс, что также негативно сказывается на перспективном рынке труда региона. Таким образом, для выстраивания цепочки «школа-вуз-рабочее место» необходимо создавать целевые показатели эффективности у школ региона, чтобы количество успешно сдавших ЕГЭ превышало количество бюджетных мест в региональных вузах. Необходимо проводить в школах профориентационную работу во всех ее аспектах совместно с вузами, ведь для каждого региона и, конечно же, образовательной организации важно оставить своего выпускника на родной земле.

В заключение можно отметить, что для успешной реализации потребностей рынка труда в Иркутской области задача координации усилий школ региона по выбору и успешной сдаче ЕГЭ и

«заказом» высших учебных заведений на бюджетные места является приоритетной. ■

1. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. URL: <https://minobrnauki.gov.ru/> (дата обращения: 19.11.2023).

2. Деренко, Н. В. Сравнительный анализ инструментов управления научно-образовательной деятельностью в российских университетах / Н. В. Деренко // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2023. – № 1(24). – С. 13-17. – EDN KAQMQL.

3. Ивашутина, Е. Е. Экспорт услуг образования / Е. Е. Ивашутина, Н. Б. Грошева // Вестник Иркутского университета : Сборник статей / Редколлегия: Н.В. Амбросов [и др.]. Том Выпуск 26. – Иркутск : Иркутский государственный университет, 2023. – С. 87-88.

4. Правила приема ИрННТУ // Иркутский Национальный Исследовательский Технический Университет. URL: <https://www.istu.edu/local/modules/doc/download/69129> (дата обращения: 18.11.2023)

5. Бакалавриат и специалитет // Иркутский Национальный Исследовательский Технический Университет. URL: https://www.istu.edu/abiturientu/nabor_2023/kcp/bakspec (дата обращения: 21.11.2023)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Бакалавриат и специалитет // Иркутский Национальный Исследовательский Технический Университет. URL: https://www.istu.edu/abiturientu/nabor_2023/kcp/bakspec (дата обращения: 21.11.2023)

Деренко, Н. В. Сравнительный анализ инструментов управления научно-образовательной деятельностью в российских университетах / Н. В. Деренко // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2023. – № 1(24). – С. 13-17. – EDN KAQMQL.

Ивашутина, Е. Е. Экспорт услуг образования / Е. Е. Ивашутина, Н. Б. Грошева // Вестник Иркутского университета : Сборник статей / Редколлегия: Н.В. Амбросов [и др.]. Том Выпуск 26. – Иркутск : Иркутский государственный университет, 2023. – С. 87-88.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. URL: <https://minobrnauki.gov.ru/> (дата обращения: 19.11.2023).

Правила приема ИрННТУ // Иркутский Национальный Исследовательский Технический Университет. URL: <https://www.istu.edu/local/modules/doc/download/69129> (дата обращения: 18.11.2023)

The problem of imbalance of priorities of schools and higher educational institutions in the region

© Baeva D., Grosheva E., Kostina K., Kuklin A., 2024

The problem of strategic matching of graduates of higher education institutions and the need of regional companies to fill vacancies has been discussed for a long time. Numerous meetings, strategic events are held, annual enrollment targets for state-funded places are discussed, and, theoretically, everything looks well: higher education institutions (hereinafter — HEIs) admit students who, in result, receive education that is in demand in regional companies. However, to enroll in budgetary, and even commercial-based places, applicants must pass a certain amount of unified state examinations (hereinafter — USE), which are determined for each admission by regulatory and administrative acts of the Ministry of Science and Higher Education. Similarly, the minimum passing scores of USE required for admission to a university are established by regulations (note that for industry-specific universities — for example, agricultural, railway or medical universities — the passing score may be lower than for universities under the direct jurisdiction of the Ministry of Science and Higher Education [1]). For those regions where there are only few higher education institutions, and the number of school dropouts is many times higher than the number of vacant places for enrollment, this is not a problem. However, in the territories where there is a large number of higher education institutions (such as the Irkutsk Region), a situation occurs when the number of school dropouts who pass the USE in specialized disciplines is less than the number of vacant places (even sometimes budget-funded ones). The solution to this problem could be the forced distribution of target figures by schools in the region in terms of USE scores by profiles of higher education enrollment, and building a system of school performance indicators depending on the fulfillment of these indicators.

Keywords: school priorities when choosing the Unified State Exam, imbalance in the number of Unified State Exams and admission target numbers, coordination of the interests of schools and universities at the regional level

УДК 004.912

ПРИМЕНЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ОБРАБОТКИ ТЕКСТОВ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ЧАТ-БОТОВ В ДИСТАНЦИОННОМ ОБУЧЕНИИ

© Братищенко В. В., 2024

Байкальский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье рассматриваются возможности применения технологий обработки текстов на естественном языке для организации диалога с обучающимися в виде чат-бота. Обосновывается применение в учебных чат-ботах распознавания семантики вопроса. Предлагается использовать методы классификации текстов для обработки ответов на тестовые задания открытого типа, а оценку ответа формировать на основе оценки вероятности отнесения ответа правильному классу. Описана

технология формирования набора заданий, обучения классификатора и проведения тестирования. Приведены результаты эксперимента по обучению классификатора и обработке ответов.

Ключевые слова: дистанционное обучение, чат-бот, text mining, тестовые задания открытого типа, классификация текстов, мешок слов

Информационные технологии оказывают значительное влияние на процессы обучения. Поиск информации стал существенно проще. Практически по любому вопросу можно получить справку в Интернете. На учебную задачу можно найти готовое решение.

Можно получить доступ к учебным графикам и расписаниям. Вузы выкладывают в Интернет программы дисциплин, практик, а также требования к выпускным квалификационным работам. Доступны коммуникации в разных формах, начиная с электронной почты и заканчивая занятиями в форме видеоконференций. Ключевым в обучении, тем не менее, остается взаимодействие обучаемого и преподавателя. В статье обсуждается применение чат-ботов для организации такого взаимодействия.

Информационные технологии влияют на способы организации учебного процесса. Все чаще применяются методики «смешанного» обучения [1], в которых очные занятия сопровождаются дистанционным обучением. При этом актуальной является задача мотивации студентов к изучению учебных материалов дистанционно. Для этого изучение лекции, прохождение контрольного опроса и/или тестирования в дистанционном курсе становятся допуском к очному занятию. Такая методика получила название «Перевернутый класс», в нем основные положения теории изучаются дистанционно, а дискуссии и применение теории для решения практических задач организуются в очной форме. Эта методика требует создания дистанционных курсов со множеством интерактивных элементов и иллюстративных материалов. В технологическом плане такие курсы требуют значительных трудозатрат коллектива авторов. Все это окупается снижением затрат в процессе обучения и мотивацией обучаемых к самостоятельной работе.

Другой особенностью дистанционного обучения становится организация общения обучаемых с преподавателем. Общение в режиме видеоконференции или чата предполагает наличие строгого временного регламента таких мероприятий, что противоречит самой идее дистанционного обучения, а именно, использованию учебных ресурсов в любое удобное обучаемому время. Поэтому актуальной является задача замены преподавателя искусственным интеллектом для ответа на простые вопросы, отсылки к справочным и методическим материалам, проведения контрольных опросов и тестирования. В диалоге с искусственным интеллектом можно выполнять диагностику пробелов в знаниях и выделять учебные элементы для дополнительного изучения.

Цель применения компьютерных технологий, в принципе, не меняется — рутинные, формальные процессы выполняются компьютерными программами, оставляя на долю человека неформальные, сложные и творческие задачи. Современной тенденцией является постоянное увеличение доли процедур, выполняемых компьютерами. Искусственный интеллект начинают применять в процессах, традиционно выполняемых человеком. Примером таких процессов является компьютерная обработка обращений в различных call-центрах. В них применяют несколько уровней обработки обращения. На первом происходит регистрация и идентификация наиболее простых проблем. Сложные задачи передаются более квалифицированным специалистам на следующих уровнях. Анализ текстов с помощью технологий Text Mining может успешно применяться для классификации обращений, заменяя, таким образом, операторов первого уровня. Применение такой технологии для организации чата в дистанционном обучении студентов [2, 3] поможет решить несколько задач. Студенты смогут получать ответы на типовые вопросы в любое время. Такой инструмент поможет им преодолеть боязнь «глупых» вопросов. Преподаватели будут избавлены от ответов на типовые вопросы.

Для реализации таких чатов доступно множество инструментов. Технологически просто создать чат-бот в среде Telegram или ВКонтакте. Основную трудность представляет наполнение чат-бота: как организовать распознавание вопросов и генерацию ответов. Известные чат-системы ChatGPT, GigaChat или YandexGPT генерируют слишком общие, нестрогие ответы. Например, GigaChat дает следующее определение: «Производная функции — это функция, которая определяется через другую функцию. Другими словами, производная функции $f(x)$ относительно x равна $f'(x)$. Производная функции показывает, как изменяется значение функции при изменении ее аргумента на небольшое количество единиц». Очевидно, что преждевременно включать такие ответы в учебный процесс. Тем не менее, обработка текстов на естественном языке может применяться для организации диалогов с обучаемыми для решения некоторых задач.

Общение на естественном языке может применяться для распознавания семантики вопроса. Для выдачи ответа на запрос обучаемого в [3] предлагается следующий сценарий:

- ввод пользователем текстового вопроса по теме онлайн-курса на естественном языке;

- проведение лексической обработки (разбиение на конструкции и слова, а также их обработка — токенизация и лемматизация);
- перевод текстовых данных в математическую модель (векторизация с использованием модели word2vec);
- семантический анализ обработанного вопроса (классификация темы вопроса и поиск релевантных ответов).

Выдача пользователю ответов в виде топ-3 ответов наиболее релевантных заданному вопросу.

Используя эту методику, система выдает точный, заранее подготовленный ответ. Методическое обеспечение такой технологии потребует структуризации сведений в виде наборов тем, типовых вопросов и соответствующих готовых ответов. Кроме этого, по этим данным потребуется выполнить лексическую обработку, построение модели и настройку классификатора. Распознавание семантики вопроса всегда носит стохастический характер. Для верификации распознавания в формируемый ответ целесообразно включить типовую формулировку вопроса, чтобы пользователь мог сопоставить типовой вопрос со своей формулировкой.

Другим применением чат-ботов может быть тестирование. Тестирование по сути является чатом, в котором вопросы задает система (бот). Задания в тесте могут быть закрытого или открытого типов. К заданиям закрытого типа относятся задания пяти видов: оценка истинности утверждения, выбор одного правильного ответа, выбор нескольких правильных ответов, определение правильной последовательности вариантов, определение соответствия между вариантом ответа и категорией. Задания открытого типа требуют от тестируемых самостоятельно сформулировать ответ. В компьютерных системах тестирования этот ответ сравнивается с одним из правильных вариантов, определенных на этапе разработки задания.

Компьютерное тестирование часто критикуют за излишнюю «жесткость», так как результатом выполнения тестового задания является, чаще всего, оценка в дихотомической шкале «верно» или «неверно». В вопросах закрытого типа применяется выбор одной или нескольких альтернатив. Для того, чтобы выбор не был слишком очевиден, ошибочные альтернативы должны быть правдоподобны. Выбор таких альтернатив тестируемым часто свидетельствует не столько о недостатках в знаниях, сколько о его невнимательности. К другим недостаткам заданий закрытого типа относят достаточно большую вероятность угадывания, а также распространение правильных ответов среди тестируемых. В заданиях открытого типа ответ вводится в виде текста, что делает угадывание маловероятным. Тем не менее, задания этого типа также являются достаточно «жесткими», так как предполагают один или несколько правильных ответов.

В работе [4] рассматривается технология «мягкого тестирования». Для этого предлагается «Вести в тестовые задания многозначные логические отношения, создать критериально-ориентированную технику оценки выполнения заданий, включающую не только полные («верно» и «не верно») варианты оценки, но и более широкий спектр, в том числе двумерную, матричную шкалу». Предложенная методика, очевидно, требует трудоемкой методической подготовки, а «критериально-ориентированная техника оценки» будет отражать пристрастия автора.

Применение искусственного интеллекта открывает новые возможности в области компьютерного тестирования. Предлагается реализовать «мягкое тестирование» на основе методов искусственного интеллекта по обработке текстов на естественном языке. «Мягкое тестирование» целесообразно применять для проверки знаний по сложным объектам и явлениям, для которых характерны различные определения. Рассмотрим в качестве примера определение базы данных. Из разных источников собраны следующие варианты:

- поименованная, целостная, единая система данных, организованная по определенным правилам, которые предусматривают общие принципы описания, хранения и обработки данных [5],
 - совокупность данных, организованных в соответствии с некоторой концептуальной моделью данных, которая описывает характеристики этих данных и взаимоотношения между соответствующими им реалиями, и которая предназначена для информационного обеспечения одного или нескольких приложений [6],
 - совокупность данных, хранимых в соответствии со схемой данных, манипулирование которыми выполняют в соответствии с правилами средств моделирования данных,
 - совокупность данных, организованных в соответствии с концептуальной структурой, описывающей характеристики этих данных и взаимоотношения между ними, которая поддерживает одну или более областей применения.
- «Мягкое тестирование» можно было бы применять для проверки ответа на соответствие любому из множества внесенных в тестовую систему определений. Очевидно, что проверки на совпадение текста были бы в этом случае малоэффективными. Предлагается для проверки таких ответов использовать методы и модели Text Mining [7].

Доступной основой такого применения является классификация текстов на основе частотных характеристик слов. Текст представляется в виде «мешка слов» — параметрами каждого текста будут частотные характеристики слов, входящих в текст. В качестве частотных характеристик можно

использовать абсолютные или относительные частоты (TF — Term Frequency), а также меткику TF-IDF — Term Frequency-Inverse Document Frequency, используемую для оценки важности слова в контексте документа, являющегося частью коллекции документов. Вес некоторого слова в этой метрике пропорционален частоте употребления этого слова в документе и обратно пропорционален частоте употребления слова во всех документах коллекции.

Для исключения использования в параметрических описаниях текстов разных форм одного и того же слова, слова заменяются леммами (словарными формами). Для уменьшения размерности параметрического описания коллекции текстов исключают слова, не несущие смысловой нагрузки (так называемый стоп-список). Параметрическое описание коллекции текстов используют для настройки классификаторов. Для тестирования в качестве классов текстов можно выбрать определяемые понятия, а в качестве текстов — определения понятий. Эти данные можно использовать для обучения классификатора. Настроенный классификатор применяется для определения класса ответа тестируемого. Результатом классификации ответа является оценка вероятности принадлежности ответа каждому классу. Оценкой задания можно считать вероятность принадлежности ответа определяемому

понятию. Для точных определений эта вероятность будет близка к единице.

Для апробации предлагаемой технологии был использован корпус текстов, включающий определения различных понятий и объектов, применяемых в обработке информации. В качестве лемматизатора использовался Mystem. В среде Orange3 была выполнена загрузка корпуса определений и настройка классификаторов. В качестве классов текстов выступали определяемые объекты. Результатом классификации утверждения (ответа тестируемого) является оценка вероятности принадлежности утверждения каждому классу. Среди классификаторов наибольшую точность продемонстрировала модель логистической регрессии. В таблице 1 приведены результаты предсказания классов для некоторых вариантов ответов. Первые два ответа соответствуют разным определениям базы данных, использованным для обучения классификатора, им соответствует высокая вероятность распознавания. Третий ответ содержит совсем неточное определение, которое классификатор с небольшой вероятностью отнес к СУБД. Четвертое утверждение соответствует определению системы управления базами данных. Приведенный пример демонстрирует возможность применения предложенной технологии оценки тестовых заданий открытого типа.

Таблица 1. Предсказание класса по тексту ответа

№	Леммы определения	Предсказанный класс	Вероятность класса «База данных»	Вероятность класса «СУБД»
1	поименованный, целостный, единый система данные, организовывать по определенным правило, который предусматривать общий принцип описание, хранение и обработка данные	База данных	0,916	0,028
2	совокупность данных, организованный в соответствие с некоторый концептуальный модель данных, который описывать характеристика этот данные и взаимоотношение между соответствующий они реалия, и который предназначать для информационный обеспечение один или несколько приложение	База данных	0,958	0,014
3	набор информация, который храниться упорядоченный в электронный вид	Система управления базами данных	0,092	0,414
4	совокупность программный и лингвистический средство общий или специальный назначение, обеспечивать управление создание и использование база данные	Система управления базами данных	0,008	0,952

Итак, предложенная технология «мягкого тестирования» имеет очевидные ограничения — она применима для характеристик сложных объектов и явлений. Её преимуществом является значительное снижение трудоемкости подготовки тестовых заданий. Фактически нужно подготовить

достаточно большой корпус определений и выполнить лемматизацию и обучение классификатора. Хорошие перспективы в плане распознавания имеет применение эмбединговых моделей [8], которые создают векторные описания текстов с учетом контекстов употребления слов. ■

1. Блинов В.И., Сергеев И.С. Модели смешанного обучения в профессиональном образовании: типология, педагогическая эффективность, условия реализации // Профессиональное образование и рынок труда. 2021. №1 (44). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modeli-smeshannogo-obucheniya-v-professionalnom-obrazovanii-tipologiya-pedagogicheskaya-effektivnost-usloviya-realizatsii> (дата обращения: 11.11.2023).

2. Киуру К.В., Попова Е.Е., Маковецкая Ю.Г. Новые технологии дистанционного обучения в системе высшего и дополнительного профессионального образования // Проблемы современного педагогического образования. 2022. №75-3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-tehnologii-distantsionnogo-obucheniya-v-sisteme-vysshego-i-dopolnitelnogo-professionalnogo-obrazovaniya> (дата обращения: 02.11.2023).

3. Рожкин П.А., Нехаев И.Н., Маркин К.А. Конструирование системы интеллектуального поиска ответов на вопросы обучающихся на онлайн-курсе на основе word2vec // ИАС. 2018. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konstruirovanie-sistemy-intellektualnogo-poiska-otvetov-na-voprosy-obuchayuschih-sya-na-onlayn-kurse-na-osnove-word2vec> (дата обращения: 11.11.2023).

4. Морев И. А. Образовательные информационные технологии. Часть 2. Педагогические измерения: Учебное пособие. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2004. – 174 с.

5. Отраслевой стандарт «Информационные технологии в высшей школе. Термины и определения. ОСТ ВШ 01.002-95».- М., 1995 г., 24 с.

6. Марков А.С., Лисовский К.Ю. Базы данных. Введение в теорию и методологию: Учебник.- М.: Финансы и статистика, 2004.- 512с.:ил.

7. Автоматическая обработка текстов на естественном языке и анализ данных: учеб. пособие / Большакова Е.И., Воронцов К.В., Ефремова Н.Э., Клышинский Э.С., Лукашевич Н.В., Сапин А.С. — М.: Изд-во НИУ ВШЭ, 2017. — 269 с.

8. Спивак А.И., Лапшин С.В., Лебедев И.С. Классификация коротких сообщений с использованием векторизации на основе ELMo // Известия ТулГУ. Технические науки. 2019. №10. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-korotkih-soobscheniy-s-ispolzovaniem-vektorizatsii-na-osnove-elmo> (дата обращения: 10.11.2023).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Автоматическая обработка текстов на естественном языке и анализ данных: учеб. пособие / Большакова Е.И., Воронцов К.В., Ефремова Н.Э., Клышинский Э.С., Лукашевич Н.В., Сапин А.С. — М.: Изд-во НИУ ВШЭ, 2017. — 269 с.

Блинов В.И., Сергеев И.С. Модели смешанного обучения в профессиональном образовании: типология, педагогическая эффективность, условия реализации // Профессиональное образование и рынок труда. 2021. №1 (44). URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/modeli-smeshannogo-obucheniya-v-professionalnom-obrazovanii-tipologiya-pedagogicheskaya-effektivnost-usloviya-realizatsii> (дата обращения: 11.11.2023).

Киуру К.В., Попова Е.Е., Маковецкая Ю.Г. Новые технологии дистанционного обучения в системе высшего и дополнительного профессионального образования // Проблемы современного педагогического образования. 2022. №75-3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-tehnologii-distantsionnogo-obucheniya-v-sisteme-vysshego-i-dopolnitelnogo-professionalnogo-obrazovaniya> (дата обращения: 02.11.2023).

Марков А.С., Лисовский К.Ю. Базы данных. Введение в теорию и методологию: Учебник.- М.: Финансы и статистика, 2004.- 512с.:ил.

Морев И. А. Образовательные информационные технологии. Часть 2. Педагогические измерения: Учебное пособие. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2004. – 174 с.

Отраслевой стандарт «Информационные технологии в высшей школе. Термины и определения. ОСТ ВШ 01.002-95».- М., 1995 г., 24 с.

Рожкин П.А., Нехаев И.Н., Маркин К.А. Конструирование системы интеллектуального поиска ответов на вопросы обучающихся на онлайн-курсе на основе word2vec // ИАС. 2018. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konstruirovanie-sistemy-intellektualnogo-poiska-otvetov-na-voprosy-obuchayuschih-sya-na-onlayn-kurse-na-osnove-word2vec> (дата обращения: 11.11.2023).

Спивак А.И., Лапшин С.В., Лебедев И.С. Классификация коротких сообщений с использованием векторизации на основе ELMo // Известия ТулГУ. Технические науки. 2019. №10. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-korotkih-soobscheniy-s-ispolzovaniem-vektorizatsii-na-osnove-elmo> (дата обращения: 10.11.2023).

Application of intellectual text processing for organizing chat bots in distance learning

© Bratschenko V., 2024

This article discusses the possibilities of using natural language text processing technologies to organize a dialogue with students in the form of a chat bot. The use of question semantics recognition in educational chat bots is substantiated. It is proposed to use text classification methods to process answers to open-type test tasks, and to form an assessment of the answer based on an estimation of the probability of assigning the answer to the correct class. The technology for generating a set of tasks, training a classifier, and testing is described. The results of an experiment on training a classifier and processing responses are presented.

Keywords: distance learning, chat bot, text mining, open-type test, text classification, bag of words

© Ван Тунарь, Лунева В. А., Медведева О. В., Унагаева А. Д., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье рассмотрены вопросы, связанные с экспортом БАДов и космецевтики в Иркутской области. Данная отрасль, может быть, по праву названа важной частью инновационного сектора экономики и «локомотивом» новых разработок в смежных с ней науках (химической, биологической, медицине и других). В статье приведен анализ направлений экспорта в Сибири. Авторы статьи рассматривают и предлагают различные варианты формирования и продвижения экспорта товаров медицинского назначения в Иркутской области, приводят обоснованные аргументы, показывают возможности экономического развития региона.

Ключевые слова: экспорт, БАД, космецевтика, направление экспорта, дигидрокверцетин, высокотехнологический центр, медицинские услуги, медицинский туризм

Принято считать, что экспорт — это вывоз товаров за границу, но экспорт это и выход с нашими товарами и услугами за пределы региона в целом. Это касается всех направлений экспорта, в том числе и сферы услуг.

Иркутская область исторически это регион, экспортирующий нефть, газ, лес, и продукты переработки в металлургии (алюминий прежде всего). Большие объемы употребляли страны, которые сейчас не работают с регионом из-за

санкций, и значит необходимо искать новые направления экспорта.

Фармацевтическая продукция занимает около 5 % от всей экспортируемой химической промышленности, а она в свою очередь составляет значимую долю экспорта Иркутской области в целом. Если говорить о странах, куда мы уже экспортируем то в основном это страны СНГ, и другие регионы России.

Нами было проанализировано 5 направлений экспорта, рисунок 1.



Рис. 1. Направления экспорта

На основании анализа, мы видим, что в Иркутской области по экспорту лекарств и товаров медицинского назначения есть два лидера, такие как ООО «Медтехсервис», данная компания занимается высокотехнологичным производством глюкометров и тест-полосок к ним, и «Фармасинтез», организует разработку и производство лекарственных препаратов для лечения социально-значимых заболеваний. У этих компаний с перспективами все успешно, и они мало нуждаются в содействии. Выход на новые внешние рынки — это скорее для них политический вопрос — сертификации их продукции за рубежом.

В части производства БАДов в Иркутской области занимаются компании-экспортеры такие как ООО «Травы Байкала» и компания «Байкал-Биотех».

Благодаря сибирским учёным был разработан «Дигидрокверцетин», который вышел на рынок (и к сожалению и в производство) во многих регионах и зарабатывает на ней, например «Эвалар», никакого отношения к данной разработке не имеющий.

В Иркутской области так же есть компании, успешно производящие и экспортирующие продукцию космецевтики из натурального сырья.

В настоящее время тема БАДов и космецевтике очень насущна. В Иркутской области есть все предпосылки развития — от имиджевых (Байкал как символ экологичности) до наличия уникальных разработок, кроме того, есть колоссальный опыт интеграции работы с дикоросами на примере пищевой продукции — компания «Дикая Сибирь».

И, так, что же нужно, для экспорта БАДов и космецевтики из Иркутской области? Прежде всего региональная инициатива по созданию единого зонтичного бренда для экспорта продукции. Содействие в сертификации продукции за рубежом и популяризация этой услуги среди производителей. Защита прав разработчиков — чтобы не получилось так, как с дигидрокверцетином. И создание единого, целевого регионального проекта в поддержку именно этого экспорта.

Так же можно выделить отдельным и перспективным направлением медицинский туризм.

В Иркутской области активно создаются высокотехнологичные центры оказания медицинских услуг и частные клиники. Так, в ближайшее время открывается радиологический центр на базе Иркутского онкоцентра. Работает Иркутский диагностический центр, качество диагностики которого в разы выше частных лабораторий. Огромное количество стоматологических центров. В настоящее время возникает «ручеек» медицинских туристов — из



Рис. 2. Внешний вид здания курорта «Ангара»

Развитие бренда региона как центра высокотехнологичной медицинской и санаторно-курортной зоны, например все знают все знают про курорт «Белокуриха», но никто не вспоминает Иркутск.

Для успешного экспорта необходимо повышение качества и производительности услуг медицины, в том числе за счет применения цифровых технологий.

Создание новых товаров, востребованных на внешних рынках, например, несмотря на санкции, бренд уходовой косметики «Вдохновение» пользуется постоянным спросом.

И самое главное — создание единой медиастратегии — сейчас регион попадает в федеральные СМИ с пожарами, наводнениями, «спасением Байкальска», а надо с позитивным брендом уверенного лидера в медицине, здоровье человека, высоких технологиях производства товаров медицинского назначения. ■

1. Развитие несырьевого экспорта Иркутской области в части продуктов питания / Н. Б. Грошева, В. В. Фроленок, И. Ю. Сольская, О. В. Курганская // Экономика и предпринимательство. – 2023. – № 11(160). – С. 942-945. – DOI 10.34925/EIP.2023.160.11.178.

2. Применение цифровых технологий в здравоохранении: повышение производительности работы / М. П. Рогожина, Н. А. Шпакова, В. Я. Шпакова, Н. Б. Грошева // Наука и высшее образование в XXI веке: пространство возможностей и векторы развития : Сборник

Китая, стран СНГ, Европы — качество оказываемых услуг на высоком уровне, а цена фактически в несколько раз ниже из-за курса рубля.

Что же необходимо, для привлечения медицинского туризма? Создание системы реабилитационных центров после высокотехнологичной медицинской помощи, например внешний вид здания курорта «Ангара» (рис. 2) отпугивает потенциальных коммерческих пациентов.

научных трудов Международная научно-практическая конференция, Иркутск, 15–16 декабря 2023 года. – Иркутск: Иркутский государственный университет, 2023. – С. 218-221.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Применение цифровых технологий в здравоохранении: повышение производительности работы / М. П. Рогожина, Н. А. Шпакова, В. Я. Шпакова, Н. Б. Грошева // Наука и высшее образование в XXI веке: пространство возможностей и векторы развития : Сборник научных трудов Международная научно-практическая конференция, Иркутск, 15–16 декабря 2023 года. – Иркутск: Иркутский государственный университет, 2023. – С. 218-221.

Развитие несырьевого экспорта Иркутской области в части продуктов питания / Н. Б. Грошева, В. В. Фроленок, И. Ю. Сольская, О. В. Курганская // Экономика и предпринимательство. – 2023. – № 11(160). – С. 942-945. – DOI 10.34925/EIP.2023.160.11.178.

Export of medical products: dietary supplements and cosmeceuticals

© Wang Tunan, Medvedeva O., Luneva V., Unagaeva A., 2024

The article discusses issues related to the export of dietary supplements and cosmeceuticals in the Irkutsk region. This

industry can rightfully be called an important part of the innovation sector of the economy and the «locomotive» of new developments in related sciences (chemical, biological, medicine and others). The article provides an analysis of export directions in Siberia.

The authors of the article consider and propose various options for the formation and promotion of the export of

medical goods in the Irkutsk region, present well-founded arguments, and show the possibilities for economic development of the region.

Keywords: export, dietary supplements, cosmeceuticals, export direction, dihydroquercetin, high-tech center, medical services, medical tourism

УДК 377.031.062.1

ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ САМОРЕАЛИЗАЦИИ И РАЗВИТИЯ ТАЛАНТОВ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ СПО В РОССИИ

© Вантеев А. И., Юдалевич Н. В., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Данная статья рассматривает возможности для самореализации и развития талантов студенческой молодежи программ СПО в России. В статье рассматриваются меры, необходимые для обеспечения возможностей саморазвития максимально большому количеству молодых людей. Выявляются направления, в которых необходимо работать для обеспечения таких возможностей.

Ключевые слова: саморазвитие, молодежь, программа СПО, студенческая молодежь

В современном обществе, где существует так много вариантов для проявления себя как личности, для личностного роста и саморазвития, очень важно понимать, в каком направлении развиваться, какой тип деятельности больше подходит тому или иному индивиду.

Особенно важным представляется процесс самореализации индивида в молодом возрасте, когда уже практически сформировано осознание себя во взрослой жизни.

Самореализация — совокупность процессов самоактуализации как стремления человека к наиболее полному раскрытию своих потенциальных возможностей и проявлению своих личностных качеств, а также самовыражения как предъявления этих качеств другим в общении и деятельности. «Самореализация для студенческой молодежи играет важнейшую роль в процессе гармоничного развития личности, где связующим звеном выступают не внешние факторы или материальные ценности, а личностные качества, мотивы, стремления» [1].

Самореализация обеспечивает самосовершенствование человека в физическом, интеллектуальном, нравственном, духовном аспектах, в сфере научного творчества. Творческая и научная самореализация тесно переплетаются в культурно-образовательном пространстве вуза. Связующим элементом выступает научное творчество, потенциал которого раскрывается в

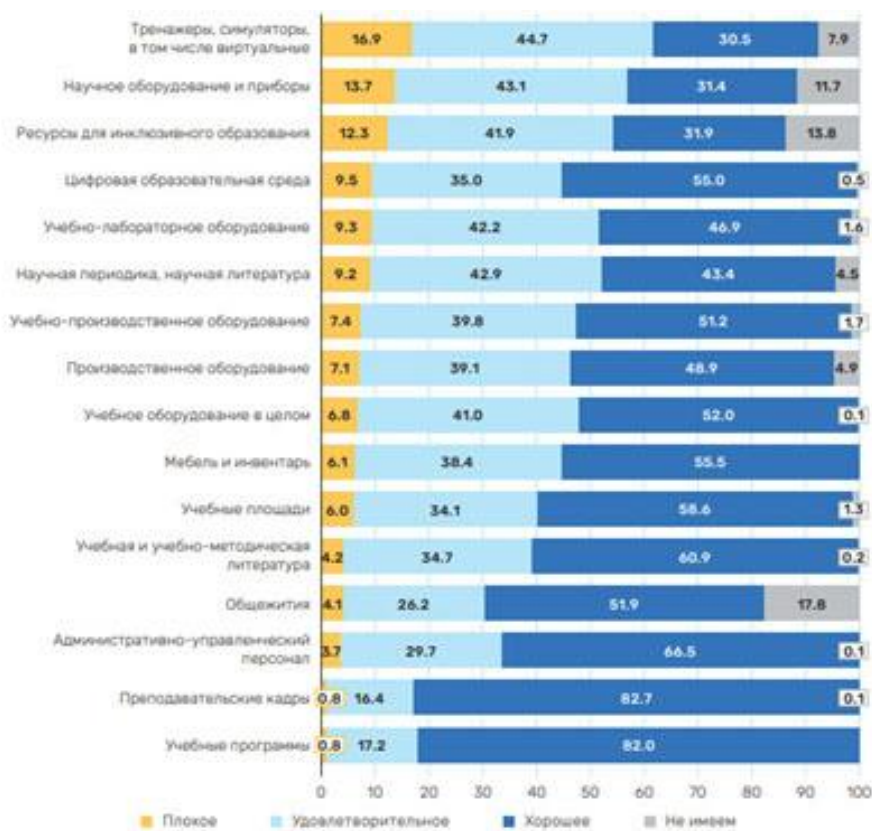
условиях интеграции учебной и внеучебной деятельности [1].

Основными направлениями бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики (далее — Основные направления), утвержденными Минфином России на 2022–2024 годы, на 2023–2025 годы и на 2024–2026 годы, определено, что одной из основных целей развития Российской Федерации является расширение возможностей для реализации молодого поколения, вхождение России в число десяти ведущих стран мира по качеству общего образования и объему научных исследований и разработок.

В целях формирования эффективной системы выявления, поддержки и развития способностей и талантов у молодежи в рамках Основных направлений реализуются следующие мероприятия:

1. Обновление материально-технической базы образовательных организаций, в том числе для внедрения целевой модели цифровой образовательной среды;

Материально-техническая база образовательных организаций нуждается в постоянном развитии, в том числе для реализации возможностей саморазвития молодежи. По результатам опроса преподавателей и мастеров производственного обучения организаций СПО в рамках Мониторинга экономики образования, 2020–2021 уч. г. этот аспект находится на уровне, показанном на гистограмме (рис.1.).



Источник: НИТУ ВШЭ, опрос преподавателей и мастеров производственного обучения организаций СПО в рамках Мониторинга экономики образования, 2020-2021 уч. г.

Рис. 1. Качество имеющихся ресурсов и возможностей в организациях СПО [2]

2. Предоставление дополнительных выплат классным руководителям и кураторов учебных групп техникумов и колледжей.

Для осуществления качественной внеклассной работы с молодежью программ СПО преподавателям и классным руководителям необходимы дополнительные. Как временные, так и финансовые ресурсы, которые необходимо обеспечить на должном уровне.

3. Создание условий для обучения лиц с ограниченными возможностями.

В настоящее время существует (и появляется всё больше новых) технических возможностей дать лицам с ограниченными возможностями развиваться наравне с остальной молодёжью. Это не только техническое оснащение мест обучения и отдыха, но также и специализированные программы обучения и организации досуга, а также специальные конкурсы, конференции и олимпиады, в которых люди с ограниченными возможностями могут себя проявить и не только принести пользу обществу, но и, что не менее важно, самореализоваться.

4. Развитие системы конкурсов, олимпиадных движений, поддержка талантливых детей через механизм образовательных фондов.

Как было уже отмечено в предыдущем пункте, очень важно постоянно проводить мероприятия — конкурсы, олимпиады, конференции — для

дополнительной мотивации молодежи к саморазвитию и самореализации, т.к. в молодом возрасте людям особенно важно публично демонстрировать свои возможности, а также фиксировать достижения.

5. Организация комплекса мероприятий ранней профориентации (включая «Билет в будущее»), а также вовлечение отраслевых предприятий в подготовку рабочих кадров.

Кроме формирования системы мероприятий, освещенных в предыдущем пункте, очень важна система ранней профориентации. На сегодняшний день мир предлагает слишком большое количество возможностей, и зачастую молодые люди теряются в потоке информации и не могут найти «своего пути». Им необходимо помогать с помощью специализированных мероприятий, на которых четко и в понятной форме будут объясняться все преимущества и интересные аспекты той или иной профессии.

6. Развитие системы повышения квалификации преподавателей, включая развитие экспертного сообщества «Ворлдскиллс Россия».

Для того, чтобы преподаватели оставались компетентными и конкурентноспособными в очень быстро меняющемся мире, необходимо постоянно проходить повышения квалификации и постоянно обучаться тому новому. Что появляется в профессиональной сфере каждого.

7. Создание дополнительных бюджетных мест в ВУЗах, в том числе не менее 70 % — в регионах России, испытывающих наибольший дефицит кадров.

Для того, чтобы сделать работу в регионах более привлекательной, а также дать возможность молодежи из регионов обучаться в ВУЗах, необходимы специальные меры по предоставлению дополнительных бюджетных мест.

8. Поддержка образовательных организаций высшего образования с целью формирования группы университетов — национальных лидеров, а также грантовая поддержка не менее 100 ВУЗов в субъектах РФ.

Современная молодежь очень заинтересована и мотивирована участвовать в получении различных грантов и стипендий образовательных фондов, поскольку рассматривает их как один из наилучших способов самореализации и получения хорошей работы в будущем.

Также очень важны меры, обеспечивающие возможности самореализации молодежи в культурном слое жизни общества. Для реализации таких возможностей необходимо:

- развитие кадрового потенциала сферы научных исследований и разработок (в т.ч. повышение привлекательности карьеры в сфере науки и высшего образования, а также реализация проектов фундаментальных научных исследований, выполняемых молодыми учеными);

- формирование Президентского фонда культурных инициатив, обеспечивающего поддержку проектов в сфере культуры и искусства;

- поддержка Общероссийской общественно-государственной просветительской организации «Российское общество «Знание» в сфере духовно-нравственного воспитания;

- обеспечение возможностей творческого развития и самореализации и продвижение талантливой молодежи в сфере искусства;

- поддержка кинематографии, в том числе дебютных отечественных фильмов — развитие туристической инфраструктуры, строительство и реконструкция «туристических магнитов» (туристически привлекательных центров городов, пляжей и др.), а также создание и развитие национальных брендовых маршрутов.

Молодые граждане играют важную роль в развитии страны. Их знания, энергия и творческий потенциал могут быть использованы для достижения общественных целей и раскрытия национального потенциала. Поэтому воспитание личности в период обучения в учебном заведении — важнейший этап становления будущего специалиста, когда в основном завершается целенаправленное воспитательное воздействие на человека организуемой и регулируемой обществом системы воспитания, заключающийся в целенаправленном влиянии на интеллектуальное, духовное, физическое и культурное развитие личности.

Помимо обучения, государство предлагает различные возможности для общественной деятельности, волонтерства и социальной поддержки; возможность прохождения музыкальных, театральных или художественных курсов, а также принятия участия в творческих конкурсах и фестивалях различные источники финансирования, а также предлагает льготные кредиты, субсидии или государственные гранты для молодых предпринимателей.

В России представлены такие конкурсы, позволяющие получить денежные премии:

- всероссийский конкурс гражданских инициатив «Сила инициатив»;

- конкурс по поддержке проектов в сфере социального спорта «Спорт для всех»;

- олимпиада студентов «Я — профессионал» 2023 года;

- конкурс волонтерских инициатив «Доброе сердце столицы»;

- всероссийский конкурс массового рационализаторства;

- конкурс «Экспорт-Цифровые технологии» 2023;

- всероссийский конкурс по практическому освоению социальных навыков «Команда Первых»;

- конкурс студентов Иркутской области — «Студент года-2023».

В России самореализация возможна, но существует ряд различных преград и ограничений.

В связи с чем в целях самореализации необходимо:

- произвести выбор пути, который соответствует вашим интересам, ценностям и потребностям;

- изучить предоставляемые государством программы поддержки предпринимателей и самореализации;

- продолжать образовываться и повышать свою квалификацию;

- создать сеть контактов и участвовать в профессиональных сообществах;

- изучить налоговые и правовые аспекты своей деятельности;

- создать бюджет и финансовый план для своих проектов. ■

1. Васильева Е.Е. Самореализация студенческой молодежи в сфере научного творчества // Вестник СПбГУКИ №1 (34), 2018

2. Романова О.А., Розенфельд Н.Я. Материально-техническая база в профессиональных образовательных организациях: информационный бюллетень / О.А. Романова, Н.Я. Розенфельд; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: НИУ ВШЭ, 2021. — 44 с. — (Мониторинг экономики образования; № 8).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Васильева Е.Е. Самореализация студенческой молодежи в сфере научного творчества // Вестник СПбГУКИ №1 (34), 2018

Романова О. А., Розенфельд Н. Я. Материально-техническая база в профессиональных образовательных организациях: информационный бюллетень / О.А. Романова, Н.Я. Розенфельд; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : НИУ ВШЭ, 2021. – 44 с. – (Мониторинг экономики образования; № 8).

Opportunities for self-realization and development of talents in SPO students in Russia

© Vanteev A., Iudalevich N, 2024

This article examines the opportunities for self-realization and development of student talents in secondary vocational education programs in Russia. The article discusses the measures necessary to provide opportunities for self-development to as many young people as possible. The areas in which it is necessary to work to ensure such opportunities are identified.

Keywords: self-development, youth, secondary vocational education program, student youth

УДК 330.342.3/4

МОДЕРНИЗАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ИНСТИТУТОВ РАЗВИТИЯ ВОСТОЧНОЙ СИБИРИ

© Галиева В. А., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Восточная Сибирь — один из крупнейших макрорегионов нашей страны, на который обладает большим экономическим потенциалом. В статье рассматривается процесс модернизации инвестиционных институтов развития Иркутской области, Красноярского края, республики Тыва и республики Хакасии. В работе сделан акцент на историческом формировании институтов, а в частности на формировании корпораций развития, агентств инвестиционного развития, фондов и центров развития предпринимательства, которые в дальнейшем были объединены в центры «Мой бизнес».

Ключевые слова: федеральные и региональные органы власти, институты развития, сибирские регионы

Институты развития субъектов РФ — один из основополагающих элементов становления регионов страны. С помощью институтов развития регионы могут реализовывать важные для экономики и общества проекты, формируя приоритетные отрасли для государства и его субъектов. В рамках статьи будет рассмотрен процесс модернизации инвестиционных и предпринимательских институтов развития регионов Восточной Сибири. Предметом исследования являются корпорации развития, агентства инвестиционного развития, фонды и центры поддержки малого и среднего предпринимательства.

Большое значение при создании «институтов развития» следует уделять институциональной среде региона, где они развиваются. В данном случае, под институциональной средой, российский экономист, доктор экономических наук А. Е. Шаститко подразумевает «совокупность факторов, оказывающих влияние на функционирование субъектов посредством деятельности множества политических, экономических, социальных и иных институтов» [1]. Именно среда определяет вектор деятельности «институтов развития», при котором в одних условиях происходит менее прибыльное перераспределение ресурсов, а в других ведется

продуктивная деятельность, ведущая к извлечению инновационного дохода [2].

В Восточной Сибири «институты развития» существуют в виде организационных структур, включающих в себя инновационные центры, корпорации развития регионов, венчурные фонды и фонды поддержки предпринимательства. Распределение «институтов развития» на территории ангаро-енисейского макрорегиона неравномерно. Во многом это связано с особенностями социально-экономического становления страны. Дело в том, что Россия имеет исторически сложившуюся пространственную социально-экономическую дифференциацию, определяющую изначально разные возможности для экономического развития регионов [2].

К концу XX в. Сибирь развивалась под общим курсом реформ Б. Н. Ельцина. По масштабам производства Сибирь уступала лишь Центральному экономическому району. На специфику изменений после реформ сильно повлияло геополитическое положение сибирского макрорегиона и его роль в народнохозяйственном комплексе, оборонном и научном потенциале страны, а также политические позиции [3].

В 1993 г. после принятия Конституции РФ и выборов в Государственную думу произошли значительные изменения в отношениях «региона и центра». Перемены коснулись общественно-

политической жизни страны, существенно возросла роль региональных органов власти [4]. Децентрализация властных отношений привела к расширению полномочий и повышению политического статуса региональных властей и способствовала ослаблению вертикальной структуры управления [5]. В тот период в сибирских регионах наблюдалась тенденция снижения государственного участия в развитии экономики. Объем централизованных инвестиций в индустрию макрорегиона продолжал сокращаться вплоть до начала XXI в., однако стоит отметить, что спад происходил не столь быстрыми темпами, как по стране в целом [6].

В 2000-х гг. федеральные органы власти начали проводить новую региональную политику, в основу которой лег принцип централизации денежных ресурсов в федеральном центре и дальнейшее их перераспределение в виде межбюджетных трансфертов обратно в регионы. Одним из ключевых драйверов экономического роста регионов в условиях новой системы стали инвестиции [7]. Региональная власть начала

принимать меры по созданию условий для перехода на другую траекторию развития, направленную на внедрение и генерирование инноваций.

В начале XXI в. на территории сибирских регионов начинают формироваться агентства инвестиционного развития и корпорации развития регионов (табл. 1). Цель формирования этих организаций очень похожа. В основе их создания лежит желание обеспечить высокий темп роста социально-экономического развития. Приоритетными являются проекты, направленные на импортозамещение и развитие высокотехнологичных производств. Решение настолько масштабных финансовых задач с использованием прямого бюджетного финансирования было невозможно в силу ограниченности государственных ресурсов. В связи с этим появляются вопросы об источниках инвестирования и методах их вовлечения в инновационную деятельность регионов. На первый план выходит идея объединить государственные ресурсы и финансовые возможности частного сектора.

Таблица 1. Инвестиционные институты развития Восточной Сибири

Наименование региона	Агентство Инвестиционного развития регионов	Корпорация развития регионов	Корпорация развития Енисейская Сибирь
Республика Хакасия	–	–	2018 г. по настоящее время
Республика Тыва	2008 г. по настоящее время	2020 г. по настоящее время	2018 г. по настоящее время
Красноярский край	2009–2016 г.	2006 г. по настоящее время	2018 г. по настоящее время
Иркутская область	2016–2021 г.	2013 г. по настоящее время	–

Анализ процесса модернизации инвестиционных институтов развития регионов в Восточной Сибири наглядно выявил лидирующие и отстающие в развитии субъекты. На примере Красноярского края можно наблюдать, что регион значительно опережает своих соседей в создании и реализации проектов по привлечению частных инвестиций. На территории Республик Хакасия, Тыва и Красноярского края в 2018 г. появилась новая корпорация развития «Енисейская Сибирь» [6]. Для Республик Хакасии и Тывы организация стала хорошим стартом для начала инвестиционной политики региона, однако стоит отметить, что ранее на территории Тывы уже был орган, осуществляющий похожий вид деятельности (агентство Инвестиционного развития [8]). Что касается Иркутской области, то здесь активное развитие происходило в 2010–2017 гг. [6].

Однозначно заявлять о значительных результатах деятельности инвестиционных институтов развития на территории субъектов Сибири нельзя. Изменения внутри регионов были, но стоили ли они затраченных средств? Этот и многие другие вопросы, связанные с эффективностью работы институтов развития, останутся предметом для дальнейшего исследования.

Рассмотрим преобразования в начале XXI в. в предпринимательском секторе. Красноярский край стал первым регионом, сделавшим шаг к изменениям. В 2000 г. на территории края был открыт фонд развития предпринимательства, чуть позже в 2003 и 2010 гг. похожие организации появились в Республиках Тыва и Хакасия, а в 2011 г. и в Иркутской области. Основная деятельность фонда была направлена на поддержание малого и среднего бизнеса в регионах за счет федеральных и

региональных субсидии и программ. При этом в регионах появляются фонды микрокредитования и

гарантийного кредитования предпринимателей (табл. 2).

Таблица 2. Фонды поддержки малого и среднего бизнеса

Наименование региона	Фонд развития предпринимательства	Фонд микрокредитования	Фонд гарантийного кредитования предпринимателей
Республика Хакасия	2010 г.	2001 г.	2011 г.
Республика Тыва	2003 г.	2003 г.	2018 г.
Красноярский край	2000 г.	2012 г.	2011 г.
Иркутская область	2011 г.	2016 г.	2009 г.

Стоит уделить внимание инновационным центрам на территории Восточной Сибири, а именно: региональному центру инжиниринга, центру кластерного развития и центру сертификации стандартизации и испытаний. Все

перечисленные организации направлены на создание условий развития и применения инновационных технологий в производстве малого и среднего бизнеса (табл. 3).

Таблица 3. Центры поддержки малого и среднего бизнеса

Наименование региона	Центр сертификации, стандартизации и испытаний	Региональный центр инжиниринга	Региональный центр биотехнологического инжиниринга	Центр кластерного развития
Республика Хакасия	2001 г.	2015 г.	–	–
Республика Тыва	2001 г.	–	–	2018 г.
Красноярский край	2001 г.	–	2017 г.	2019 г.
Иркутская область	2014 г.	2015 г.	–	2014 г.

Развитие малого и среднего бизнеса в регионах в первом десятилетии XXI в. обусловлено желанием выйти из кризисного состояния 1998 г. посредством развития производства и увеличением занятости населения. В том числе и региональные органы власти пытались стимулировать процесс импортозамещения товаров за счет отечественных производителей. В 2019 г. после создания нацпроекта «Малое и среднее предпринимательство» были введены антикризисные меры поддержки бизнеса. По этой причине все вышеперечисленные фонды и центры были объединены в новый институт развития регионов центр «Мой бизнес» [9]. Сейчас центры «Мой бизнес» являются одним из связующих элементов между бизнесом и органами государственной власти, с помощью которых региональный бизнес может получать меры поддержки из федерального финансирования.

Таким образом, рассмотренные выше виды «институтов развития» являются своеобразными проводниками государственной политики для

регионов Восточной Сибири. Они являются фактором, обеспечивающим социально-экономический рост регионов. Проведя анализ некоторых из них, наглядно видна закономерность, согласно которой лидирующим регионом по привлечению инвестиций и развитию предпринимательского сектора является Красноярский край, сразу после него идут Иркутская область, Республика Тыва и Хакасия. Частично созданные институты можно причислить к числу тех организаций, появление которых было инициировано из центра страны. Благодаря их активному функционированию на территории Восточной Сибири частично увеличилось число производств и сектор частного предпринимательства. ■

1. Климова Ю. О. Теоретические аспекты и институциональная среда развития цифровой экономики России // Вестник Челябинского государственного университета. 2020. № 2 (436). С. 43-51. URL:

<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42830380> (дата обращения: 07.11.2023).

2. Саблин К. С. Специфика «институтов развития» в некоторых сибирских регионах // Вестник Кемеровского государственного университета. 2014. № 3(59). С. 251-256. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22674623> (дата обращения: 07.11.2023).

3. Некрылов С. А. Социально-экономическое развитие Сибири в послевоенный период : учебно-методическое пособие. Томск : Изд-во ТГУ, 2004. 36 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/287481374.pdf> (дата обращения: 07.11.2023).

4. Козодой В. И. Политическая жизнь Сибири в середине 1990-х годов // Гео-Сибирь. 2010. Т. 6. С. 74-93. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=18155766> (дата обращения: 07.11.2023).

5. Хутинаев И. Д. Децентрализация государственной власти как элемент теории институционализации // Социология власти. 2005. № 6. С. 83-95. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=9231096> (дата обращения: 07.11.2023).

6. О корпорации. // Енисейская Сибирь Красноярский край Тыва Хакасия : официальный сайт. 2023. URL: <https://ensib.ru/about/> (дата обращения: 07.11.2023).

7. Сидорова Е. Н., Татаркин Д. А. Институты развития как инструмент реализации государственной инвестиционной политики : анализ современного состояния, оценка результативности // Вестник УрФУ. Серия: Экономика и управление. 2016. Т. 15, № 4. С. 506-528. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=27180075> (дата обращения: 07.11.2023).

8. Государственное автономное учреждение «Агентство инвестиционного развития Республики Тыва» // Официальный портал министерства экономики Республики Тывы : [офиц. сайт]. 2010. URL: <http://www.mert.tuva.ru/suborgs/birt/> (дата обращения: 07.11.2023).

9. Кокуркин В. Поддержка и рост : как центры «Мой бизнес» работают в новых условиях // Национальные проекты России : [офиц. сайт]. 2022. URL: <https://национальныепроекты.рф/news/podderzhka-i-rost-kak-tsentry-moy-biznes-rabotayut-v-novykh-usloviyakh> (дата обращения: 07.11.2023).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Государственное автономное учреждение «Агентство инвестиционного развития Республики Тыва» // Официальный портал министерства экономики Республики Тывы : [офиц. сайт]. 2010. URL: <http://www.mert.tuva.ru/suborgs/birt/> (дата обращения: 07.11.2023).

Климова Ю. О. Теоретические аспекты и институциональная среда развития цифровой экономики России // Вестник Челябинского государственного университета. 2020. № 2 (436). С. 43-51. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42830380> (дата обращения: 07.11.2023).

Козодой В. И. Политическая жизнь Сибири в середине 1990-х годов // Гео-Сибирь. 2010. Т. 6. С. 74-93. URL:

<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=18155766> (дата обращения: 07.11.2023).

Кокуркин В. Поддержка и рост : как центры «Мой бизнес» работают в новых условиях // Национальные проекты России : [офиц. сайт]. 2022. URL:

<https://национальныепроекты.рф/news/podderzhka-i-rost-kak-tsentry-moy-biznes-rabotayut-v-novykh-usloviyakh> (дата обращения: 07.11.2023).

Некрылов С. А. Социально-экономическое развитие Сибири в послевоенный период : учебно-методическое пособие. Томск : Изд-во ТГУ, 2004. 36 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/287481374.pdf> (дата обращения: 07.11.2023).

О корпорации. // Енисейская Сибирь Красноярский край Тыва Хакасия : официальный сайт. 2023. URL: <https://ensib.ru/about/> (дата обращения: 07.11.2023).

Саблин К. С. Специфика «институтов развития» в некоторых сибирских регионах // Вестник Кемеровского государственного университета. 2014. № 3(59). С. 251-256. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22674623> (дата обращения: 07.11.2023).

Сидорова Е. Н., Татаркин Д. А. Институты развития как инструмент реализации государственной инвестиционной политики: анализ современного состояния, оценка результативности // Вестник УрФУ. Серия: Экономика и управление. 2016. Т. 15, № 4. С. 506-528. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=27180075> (дата обращения: 07.11.2023).

Хутинаев И. Д. Децентрализация государственной власти как элемент теории институционализации // Социология власти. 2005. № 6. С. 83-95. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=9231096> (дата обращения: 07.11.2023).

Modernization of regional investment institutions for the development of Eastern Siberia

© Galieva V., 2024

Eastern Siberia is one of the largest macro-regions of our country, which has great economic potential. The article discusses the process of modernization of investment development institutions of the Irkutsk region, Krasnoyarsk Territory, the Republic of Tyva and the Republic of Khakassia. The paper focuses on the historical formation of institutions, and in particular on the formation of development corporations, investment development agencies, foundations and entrepreneurship development centers, which were later merged into the «My Business» centers.

Keywords: federal and regional authorities, development institutions, Siberian regions

АНАЛИЗ НЕОБХОДИМОСТИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ

© **Грошева Е. К., Черенцов Д. С., 2024**

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Россия является крупнейшей страной мира по территории и населению, а также важным участником мировой экономики. Однако, экономика России в значительной степени зависит от импортного программного обеспечения, так как большинство компаний и государственных организации используют продукты и услуги зарубежных разработчиков. Это означает, что Россия тратит значительную часть своих валютных резервов на покупку лицензий и обслуживания программного обеспечения.

Эта зависимость может оказывать негативное влияние на экономику России по нескольким причинам. Во-первых, приобретение импортного программного обеспечения может стать дополнительным расходом для российских компаний, что может ухудшить их конкурентоспособность. Во-вторых, зависимость от импортного программного обеспечения может представлять уязвимость для кибербезопасности России, так как иностранные компании могут внедрять в программное обеспечение шпионские программы или вредоносные коды. Наконец зависимость от импортного программного обеспечения может ограничивать возможности развития отечественной IT-индустрии и снижать инновационный потенциал экономики России. Задача настоящего исследования — показать важность импортозамещения в такой сфере, как программное обеспечение. В работе будет описан ряд факторов, которые могут стимулировать компании нефтегазовой отрасли использовать отечественные программные продукты.

Ключевые слова: импортозамещение программного обеспечения, факторы влияния на процесс перехода на отечественное программное обеспечение

Импортозамещение — это стратегический проект, в рамках которого национальные компании переходят на продукцию, товары и услуги внутристранового производства, что, в свою очередь означает, что отечественные производители должны обеспечить необходимый объем производства товаров, работ и услуг надлежащего качества. Кроме того, одно из требований к импортозамещению — локализация, когда основные компоненты или сырье для производства также должны иметь отечественное происхождение.

Стратегическая задача для государства в этом процессе — создание рабочих мест внутри страны и генерирование ВВП также внутри страны, исключая оплаты за товары, продукцию или услуги за пределы экономики [1].

Существует ряд факторов, которые могут побудить отрасль к переходу на программы импортозамещения.

Первый фактор — это необходимость соблюдения требований российского законодательства в области информационной безопасности, которые вступили в силу в 2016 году. Законодательство обязывает организации, работающие в критически важных секторах экономики, включая нефтегазовую отрасль, использовать только отечественное программное обеспечение для обработки персональных данных и другой конфиденциальной информации.

Второй фактор — это санкции, которые были введены Западом против России в связи с украинским кризисом в 2014 году. Санкции могут ограничить доступ российских компаний к импортному программному обеспечению и технологиям.

Третий фактор — это желание государства поддержать отечественных производителей программного обеспечения. В рамках программы «Цифровая экономика» правительство России выделяет средства на развитие отечественных производителей программного обеспечения и стимулирует их использование в государственных закупках (в качестве наиболее яркого примера — программа льготной ипотеки для работников сферы IT).

Остановимся более подробно на втором факторе. Несмотря на то, что санкционный процесс начался в 2014 году, достаточно пассивное поведение иностранных компаний создавало предпосылки для сохранения ситуации в «статус кво». Резкий кризис 2022 года, в результате которого иностранные поставщики продукции, работ и услуг были вынуждены в сжатые сроки ликвидировать свои производство и сбыт на территории Российской Федерации, стал неприятным сюрпризом как для самих российских компаний, так и для простых рядовых пользователей продукции и сервисов зарубежных фирм.

Особенно остро «уход» отразился на сфере программных решений и программного обеспечения.

По данным статистики, в большинстве отраслей локализация программных продуктов составляла менее 25%. Крупные компании гордились внедрением ERP-систем международного класса (например, некоторые нефтяные компании использовали SAP для ведения бухгалтерии), а рядовые пользователи пользовались продукцией Microsoft и покупали различные лицензии (например, лицензии Photoshop, Adobe) [2].

Кроме того, в каждой отрасли — от медицины до нефтегазодобычи — существовало большое количество специализированных решений, включая уровень АСУТП, которые сегодня внезапно были отключены иностранными поставщиками. В таких отраслях надеяться на «невидимую руку рынка», или на то, что в освободившуюся нишу придут независимые разработчики, практически бессмысленно, и компании должны решать задачу экстренной замены программного обеспечения либо собственными силами, либо оплачивая разработку «под себя» независимым аутсорсерам.

Более 40 % от финансирования ИТ отрасли в нефтегазовых компаниях тратится на решение таких задач, как цифровизация процессов управления, электронный документооборот и кибербезопасность. Для исключения огромных финансовых потерь эти задачи требуют сокращения времени на их реализацию и особого внимания за их внедрением в процесс.

В чем состоят эти потери? Прежде всего, для добывающей отрасли, это вынужденные простои оборудования (или простои оборудования сверх установленных техническими графиками сроков), так называемое время непроизводительного простоя, ВВП.

По мнению экспертов, в объединении нефтегазодобывающих компаний, при среднем времени непроизводительного простоя, наблюдаемого в 2022 году в 15–18 % от общего объема времени, убытки для компаний превышают 25 % от прибыли (за счет дополнительной потери времени на консервацию и расконсервацию производства, а также релокации оборудования между объектами).

Статьи затрат, которые во время простоя в любом случае оплачивают предприятия нефтегазовой отрасли — это затраты на обслуживание бурового оборудования и его амортизацию, затраты и штрафы на логистику, которая была оплачена, но не задействована, затраты на оплату труда простаивающего персонала.

Задачи, связанные с цифровизацией процессов бурения, остаются нерешенными. Центры управления бурением научились решать задачи по контролю бурения, но эти задачи решаются в рамках пласта бурения на уровне его геологической семантики, а процессы, такие как обеспечение всех механических, пневматических, насосных механизмов, что используются в составе буровой установки, планирование ремонт и эксплуатация фонда запасных частей, мало проработаны и требуют сосредоточения внимания.

Алексей Чернышев разработал проект для «Газпром Нефть», который как раз решал проблему простоя в работе (потерю времени в аварийных ситуациях) предотвращения аварий и отказов оборудования. Его программа позволяла предупредить аварийный отказ бурового оборудования за 2–3 недели до реального

инцидента. Принцип работы основан на составлении алгоритма машинного обучения, использующегося для предиктивного анализа; программа анализировала имеющийся опыт в строительстве скважин и позволяла выявить отклонения от календарного графика строительства скважины (плана проходки) за несколько недель. Благодаря анализу больших массивов данных и алгоритмам предиктивной аналитики программа могла эффективно выбирать подрядчика и необходимое буровое оборудование, оперируя данными строительства скважин предыдущих периодов и технических характеристик используемого при строительстве оборудования.

Несмотря на то, что крупные нефтегазовые компании, такие как «Газпром» и «Роснефть», имеют дотационную поддержку от государства — это не способствует развитию импортозамещения программного обеспечения и в целом развития отечественной ИТ-отрасли.

Так как раньше для разработки программного обеспечения услуги отечественных ИТ компаний не были востребованы, в виду того что был широкий выбор готовых программных продуктов иностранного производства, то теперь же в этом есть потребность; однако необходимо отслеживать, чтобы такое ПО не было простой «калькой» зарубежных программ со всеми их недостатками и преимуществами, а разрабатывалось под нужды и специфику конкретной организации [3]. ■

1. Что такое импортозамещение: полный обзор понятия // Закупки Help. URL: <https://zakupkihelp.ru/raznoe/chto-takoe-importozameshenie-polnyj-obzor-ponyatiya.html> (дата обращения: 23.11.2023)

2. Тенденции мирового ИТ-рынка // TAdviser. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Тенденции_мирового_ИТ-рынка (дата обращения: 23.11.2023)

3. Импортозамещение ПО в нефтегазовой отрасли: особенности заказной разработки // ComNews. URL: <https://www.comnews.ru/content/222299/2022-09-26/2022-w39/importozameshenie-neftegazovoy-otrasli-osobennosti-zakaznoy-razrabotki> (дата обращения: 23.11.2023)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Импортозамещение ПО в нефтегазовой отрасли: особенности заказной разработки // ComNews. URL: <https://www.comnews.ru/content/222299/2022-09-26/2022-w39/importozameshenie-neftegazovoy-otrasli-osobennosti-zakaznoy-razrabotki> (дата обращения: 23.11.2023)

Тенденции мирового ИТ-рынка // TAdviser. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Тенденции_мирового_ИТ-рынка (дата обращения: 23.11.2023)

Что такое импортозамещение: полный обзор понятия // Закупки Help. URL: <https://zakupkihelp.ru/raznoe/chto-takoe-importozameshenie-polnyj-obzor-ponyatiya.html> (дата обращения: 23.11.2023)

Analysis of the necessity to substitute imported software in the oil and gas industry

© Grosheva E., Cherentsov D., 2024

Russia is the one of the largest countries in the world in terms of territory and population, as well as one of the key participants in the global economy. However, Russian economy is highly dependent on imported software, as most companies and government organizations use products and services of foreign vendors. This means that Russia spends a significant portion of its foreign currency reserves on the purchase of software licenses and their upkeep.

This dependence has negative effects on the Russian economy for several reasons. First, the purchase of imported software may become an additional expense for Russian companies, which may worsen their competitiveness. Second, such dependence on imported software may pose a vulnerability to Russia's cybersecurity, as foreign vendors may introduce spyware or malicious code into the software. Finally, dependence on imported software may limit the development of the domestic IT industry and reduce the innovation potential of the Russian economy. The objective of this study is to show the importance of substitution of imported software. The paper will describe a number of factors that can stimulate oil and gas companies to use domestic software products.

Keywords: Imported software substitution, factors influencing the process of transition to domestic software

УДК 338.26

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

© Грошева Н. Б., Левицкий И. В., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье рассматриваются основные аспекты тенденции, с которой сталкиваются российские компании, особенно в добывающем и перерабатывающем секторах. Тенденция представляет собой растущее значение соответствия экологическим, социальным и управленческим стандартам (ESG) на международных рынках и в получении финансирования для проектов. Эти требования становятся все более важными в условиях стремительно меняющейся глобальной энергетической структуры. В сфере бизнеса осознание этого вызова не оставляет сомнений, поскольку ESG в настоящее время уже не просто модная аббревиатура, но и реальная цель для тех, кто относится к своему бизнесу серьезно и строит большие планы на будущее.

Ключевые слова: экология, социально-экологическая ответственность, бизнес, промышленность, ESG, зеленая экономика, рейтинг ESG, зеленые облигации

Сегодня для того, чтобы добиться успеха в бизнесе, требуется гораздо больше, чем только качественный продукт и хорошая команда. Одним из ключевых факторов определения успешности в бизнесе является корпоративная социальная ответственность. Эта составляющая пронизывает всю бизнес-деятельность, обязывая предприятия принимать на себя ответственность не только за использование ресурсов, рабочей силы, но и окружающей среды.

На современное общество и предпринимателей влияют такие факторы как глобализация, изменение климата, санкции одних стран в отношении других, ограниченность ресурсов, пандемия и экономические кризисы. Они только усиливают имеющиеся противоречия на всех уровнях общественной жизни. Однако, проблемы экологии и здоровья населения не могут быть решены только при помощи решений отдельных государств или чиновников. Бизнес-структуры также должны участвовать в решении данных проблем.

Благополучие населения и социальной сферы напрямую влияет на эффективность и развитие предприятий. Чтобы успешно производить продукцию, необходимы ресурсы и потребители. В противном случае, может возникнуть вопрос о смысле существования компаний. Запрос на

социально-экологически ответственный подход к бизнесу проявляется на всех уровнях, начиная от государственной политики и заканчивая бизнес-структурами.

Крупные игроки рынка должны одновременно не только контролироваться обществом и государством, но и реализовывать прогрессивные решения для уменьшения своего экологического и социального негативного влияния. «Экологический и социальный след» крупных игроков рынка — это проблема, которая требует особого контроля и внедрения прогрессивных решений.

Этический регламент ведения бизнеса предполагает реализацию социально-экологической ответственности, которая связана с комплексом природоохранных мероприятий.

Принимая политику социальной и экологической ответственности, предприятия разрабатывают и проводят мероприятия для решения природоохранных задач.

Особенно это касается максимального уменьшения выбросов вредных веществ в окружающую среду. Возможности естественной переработки отходов ограничены — природа сама по себе уже не справляется с тем невообразимым объемом выбросов предприятий. Поэтому главная задача экологически ответственных предприятий —

сокращение выбросов и снижение в них концентрации опасных веществ. Последние научные исследования предупреждают о том, что запасы возобновляемых (пресная вода, лесные массивы) и не возобновляемых (нефть, природный газ) ресурсов истощаются [1].

Социально-ответственные предприятия переходят на использование возобновляемых источников энергии, сырья, топлива. Изменение климата — тема, которая активно обсуждается в СМИ на протяжении последних лет, потенциально приведет к таянию ледников, затоплению некоторых прибрежных территорий, вымиранию и миграции некоторых видов флоры и фауны. В связи с этим, ответственные компании большое внимание уделяют снижению объемов выбросов парниковых газов, потому что считается, что именно они сильнее всего влияют на глобальное изменение климата [1].

Компании проявляют свою социальную ответственность в рамках реализации экологической концепции.

Существенным элементом экологической оценки является правовое регулирование. В настоящее время в России используются не только законодательные акты страны, но и международные конвенции, директивы и протоколы [2]. Правда, стоит отметить, что после 2022 года в некоторых сферах перестала работать международная сертификация. В качестве примера можно привести добровольную сертификацию ответственного лесопользования по стандарту FSC International. Российским лесопользователям доступно соблюдение данных стандартов, но продажа древесины как FSC-сертифицированной товарной позиции с апреля 2022 невозможна. Это наблюдение говорит о том, что продажу древесины следует осуществлять на других условиях и стандартах, возможно, исключительно отечественных.

Вторым инструментом является аудит экологических аспектов производства. Он направлен на выявление нарушений в области природопользования на ранних этапах. Экологический аудит помогает снизить экологические риски, что, в свою очередь, повышает устойчивость предприятия.

Особенно важно проводить экологический аудит в контексте выхода на международные рынки, привлечения инвестиций и расширения бизнеса [2]. Это позволяет компаниям не только соответствовать экологическим требованиям, но и в целом выступать лидерами в своей отрасли.

Третьим инструментом является экострахование, которое направлено на возмещение экологического ущерба [2]. Это позволяет снизить риски, связанные с нарушениями в плане использования природных ресурсов, и помогает компаниям справиться с финансовыми последствиями масштабных и мелких экологических проблем.

Таким образом, использование указанных инструментов позволяет компаниям реализовать свою социально-экологическую ответственность и стать более конкурентоспособными на международных рынках [2].

Ведение бизнеса в рамках социальной и экологической ответственности обеспечивает не просто имиджевые привилегии, но и реальную прибыль и перспективы роста. Ответственному предприятию отдают предпочтение не только клиенты, но и инвесторы, а также бизнес-партнеры. Эта деятельность открывает новые перспективы для расширения [2] областей бизнес-влияния, реализации проектов нового уровня, внедрения инновационных решений, даже изменения рынка и его правил.

Стандарты ESG предлагают компаниям сократить риски, связанные с окружающей средой, социальными аспектами и корпоративным управлением. Принципы ESG были сформулированы генеральным секретарем ООН Кофи Аннаном в 2004 году и были рекомендованы крупнейшим компаниям мира. Хотя принципы были созданы, в основном, для борьбы с глобальными климатическими проблемами, в скором времени стало очевидно, насколько экология напрямую влияет на финансовые и другие рынки.

Причины, по которым компании выбирают следовать принципам ESG, разные, но все направлены на развитие отношений компании с внутренним и внешним клиентом.

Привлечение инвестиций и повышение лояльности клиентов становятся все более важными задачами. Одним из эффективных инструментов для достижения этих целей являются ESG-рейтинги компаний, которые оценивают не только финансовые показатели, но и негативное воздействие на окружающую среду, социальные аспекты и управление бизнесом.

Российские банки также начали учитывать нефинансовые кредитные риски заёмщиков, чтобы избежать потенциальных потерь. Обращение внимания на экологические и социальные проблемы позволяет компаниям не только уменьшить свои издержки в будущем, но и повысить лояльность клиентов и акционеров.

Среди основных причин для внедрения ESG-стратегии можно выделить и реализацию PR-стратегии. Репутация играет важную роль в современном бизнесе, и зачастую нарушение экологических или социальных стандартов может стать причиной серьёзного PR-кризиса, как это произошло с «Норникелем» в 2021 году — тогда в результате разлива топлива пострадала не только окружающая среда, но и имидж компании, которая должна была, во-первых, в идеале не допустить такого вопиющего случая, во-вторых, вовремя на него среагировать, не замалчивая проблему.

В то же время, ответственный подход к экологии и социальной политике может стать привлекательным для тех клиентов, которые

активно следят за репутацией компаний и ценят заботу об окружающей среде. Весьма важно учитывать это при формировании маркетинговых стратегий и планировании мероприятий для улучшения благоприятного имиджа компании.

Бренд работодателя как социальная составляющая ESG напрямую влияет на позиции компании на рынке труда, ведь чем лучше условия предоставляет компания, тем более она востребована соискателями. Именно поэтому крупные IT-компании известны своими открытыми пространствами с собственными спортзалами, комфортными спальными местами и бесплатными полезными перекусами для сотрудников.

Прозрачность в бизнесе и следование принципам ESG — это две важнейшие концепции в современном мире. Евросоюз считается лидером в области ESG, где внедрены самые строгие стандарты. Это связано с так называемой Директивой о нефинансовой отчетности, которая обязывает предприятия с численностью свыше 500 человек и соответствующим рядом других финансовых показателей публиковать детальную информацию о мерах, принимаемых для охраны окружающей среды, соблюдения прав человека, противодействия коррупции и прочих социальных вопросов. Однако, европейский подход к ESG находят отклик и в других регионах мира. Все большее число стран устанавливают подобные стандарты, считая это необходимым для повышения прозрачности бизнеса и предотвращения гринвошинга — деятельности компаний,

притворяющихся социально- и эколого-ответственными только лишь ради личной выгоды.

В настоящее время все большую популярность набирают проекты, основанные на принципах ESG. Такие проекты разнообразны и могут быть созданы компаниями различных отраслей, которые могли бы никогда не поработать вместе, если бы их не объединило бережное отношение к природным ресурсам. При этом каждая компания стремится создать проект, который бы соответствовал философии ее бренда и выделял на фоне конкурентов.

Например, компания Timberland, специализирующаяся на производстве обуви, сотрудничает с сингапурским производителем шин и перерабатывает их отходы в подошвы для своих ботинок [3]. Также американский бренд верхней одежды Patagonia отчисляет часть выручки на фабрики, где шьют их продукцию, чтобы обеспечить нормальный доход сотрудникам. Наконец, финский производитель топлива Neste Oyj использует переработанные сточные воды, дождевую и опресненную морскую воду в качестве ресурсов, чтобы снизить нагрузку на реки.

Таким образом, проекты, созданные с использованием принципов ESG, не только способствуют улучшению экологической ситуации, но также помогают компаниям отстраиваться от конкурентов и выделяться на рынке. Разнообразие таких проектов показывает, что каждая компания находит свой уникальный подход к решению проблем, связанных с окружающей средой и социальной ответственностью.

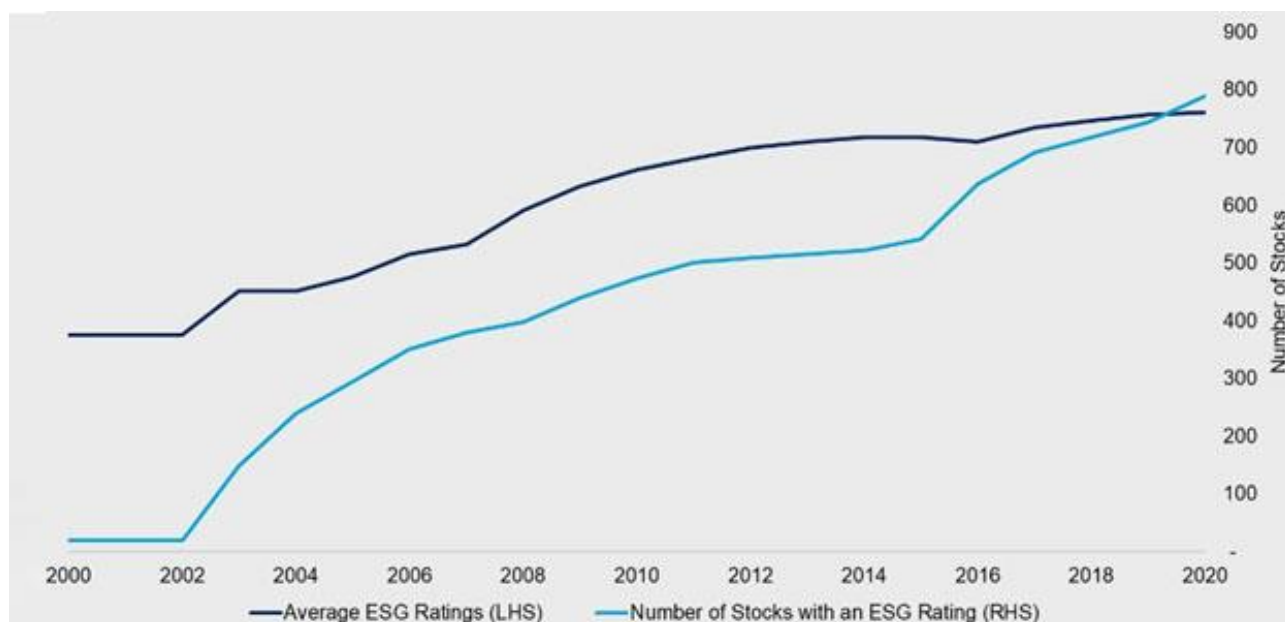


Рис. 1. График количества компаний, имеющих рейтинг ESG»

Количество компаний, учитывающих социальные, экологические и управленческие аспекты в своей деятельности значительно выросло в США за последние два десятилетия. В начале

2000-х годов было зарегистрировано всего 20 компаний с ESG-рейтингом, однако к 2020 году их число возросло почти до 800. Согласно Рис. 1 можно наблюдать растущий тренд ESG-интереса в США.

Результаты исследования показывают, что в процессе фокусирования на социальных, экологических и управленческих ценностях в бизнесе, экономика США стабильно развивается. Средний рейтинг ESG составил в 2020 году двукратно больше, чем он был 20 лет назад. ESG-подходы становятся все более популярными и востребованными в сфере американского бизнеса [4].

Для того, чтобы приблизиться к реальной оценке предприятия на предмет соответствия принципам ESG следует опираться на критерии оценки и нормативную базу.

Активное формирование регулирования сферы ESG и «зеленых» финансов в России началось в 2019–2020 годах. Его реализация опирается на три стратегических направления.

Первое направление — климатическое, которое направлено на снижение выбросов парниковых газов [5] и учет и анализ углеродного следа. Достижение этих целей подразумевает широкое использование экологически чистых технологий и оценку их эффективности.

Второе направление связано с устойчивыми (зелеными) финансовыми инструментами и ответственным инвестированием. Оно предполагает создание инфраструктуры для проведения независимой оценки рисков, а также для верификации зеленых проектов.

Третье направление — ESG-трансформация организаций и компаний. Этот процесс связан с внедрением системы публичной отчетности по направлениям устойчивого («зеленого») развития. Реализация этого направления предполагает формирование эффективной системы управления рисками и создание условий для развития «зеленой» экономики.

Осуществление регулирования в указанных направлениях необходимо для создания благоприятной экономической среды, учитывающей интересы экологии и общества в целом. Вместе с тем, это требует дальнейшей работы и совместных усилий со стороны государственных и частных структур.

Регулирование сферы экологически, социально и управленчески ответственных финансов (ESG) и вопросов «зеленых» инвестиций в России осуществляется при помощи следующих регулирующих институтов и нормативных документов:

- Федеральный закон от 2 июля 2021 г. № 296-ФЗ «Об ограничении выбросов парниковых газов» с пакетом подзаконных актов.

- Распоряжение Правительства Российской Федерации от 18.11.2020 № 3024-р «О координирующей роли Минэкономразвития России по вопросам развития инвестиционной деятельности и привлечения внебюджетных средств в проекты устойчивого (в том числе зеленого) развития в Российской Федерации»;

- Распоряжение Правительства РФ от 14.07.2021 № 1912-р «Об утверждении целей и основных направлений устойчивого (в том числе зеленого) развития Российской Федерации»;

- Постановление Правительства Российской Федерации от 21.09.2021 № 1587 «Об утверждении критериев проектов развития в Российской Федерации и методических указаний, направленных на достижение целей и основных направлений устойчивого (в том числе зеленого) развития в Российской Федерации».

- Положение Банка России от 19.12.2019 № 706-п «О стандартах эмиссии ценных бумаг» (с изменениями, внесенными указанием Банка России от 01.10.2021 № 5959-У);

- Информационное письмо от 15.07.2020 № ИН-06-28/111 «О рекомендациях по реализации принципов ответственного инвестирования», а также от 12.07.2021 № ИН-06-28/49 «О рекомендациях по раскрытию публичными акционерными обществами нефинансовой информации, связанной с деятельностью таких обществ» и еще от 17.08.2021 № ИН-015-38/64 «Об учете климатических рисков в деятельности отдельных участников финансового рынка»;

- Основные направления развития финансового рынка РФ на 2022 год и период 2023 и 2024 годов, где одним из восьми направлений развития является расширение вклада финансового рынка в достижение целей устойчивого развития и ESG-трансформации российского бизнеса [6].

Кроме этого, Правительство РФ в октябре 2021 года утвердило перечень парниковых газов, в отношении которых осуществляется государственный учет выбросов, порядок ведения кадастра парниковых газов, а также Стратегия социально-экономического развития Российской Федерации с низким уровнем выбросов парниковых газов до 2050 года [7].

Распоряжением Правительства Российской Федерации от 14.07.2021 № 1912-р утверждены цели и основные направления устойчивого (в том числе зеленого) развития Российской Федерации, а также даны определения «зеленый проект» и «адаптационный проект».

Приоритетные цели, связанные с положительным воздействием на окружающую среду, включают в себя:

- сохранение, охрану или улучшение состояния окружающей среды;

- снижение выбросов и сбросов загрязняющих веществ и (или) предотвращение их влияния на окружающую среду;

- сокращение выбросов парниковых газов;

- энергосбережение и повышение эффективности использования ресурсов.

Основными направлениями устойчивого развития Российской Федерации являются:

- обращение с отходами;

- энергетика;

- строительство;
- промышленность;
- транспорт и промышленная техника;
- водоснабжение и водоотведение;
- природные ландшафты, реки, водоемы и биоразнообразие;
- сельское хозяйство;
- устойчивая инфраструктура [8].

Согласно документу, проекты должны одновременно удовлетворять нескольким принципам, в том числе соответствовать одному или нескольким основным направлениям устойчивого развития при выполнении утвержденных количественных и качественных критериев зеленых или адаптационных проектов, которые утверждены Постановлением Правительства Российской Федерации от 21.09.2021 № 1587.

Документом также утверждены требования к системе верификации проектов устойчивого (в том числе зеленого) развития в Российской Федерации. Документ является методическим указанием для признания финансовых инструментов инструментами устойчивого развития.

5 лет назад на Московской Бирже был успешно размещен первый выпуск «зеленых» облигаций в России, эмитентом которых выступило ООО «Ресурсосбережение ХМАО», которое сегодня переименовано в ООО «Ситиматик-Югра». Однако это не единственный шаг в направлении устойчивого развития финансовой системы России. Уже в 2019 году на бирже был создан Сектор устойчивого развития, предназначенный для финансирования проектов в области экологии, защиты окружающей среды и социальных проектов.

Сектор устойчивого развития сегодня состоит из четырех самостоятельных сегментов: сегмента «зеленых» облигаций, сегмента «социальных» облигаций, сегмента облигаций «устойчивого развития» и сегмента «национальных и адаптационных проектов» [9]. Каждый сегмент соответствует определенному виду проектов и позволяет эффективно управлять и направлять капитал в соответствующую область.

Далее, по данным агентства INFRAGREEN, за последние три года существенно возросла активность выпуска «зеленых», «социальных» и иных целевых облигаций в формате устойчивого развития [7]. Общее количество выпусков составило 33 штуки, с общим объемом сбора средств около 418 миллиардов рублей. Все облигации получили положительные заключения от внешних верификаторов в отношении их соответствия принципам «зеленых» облигаций, что подчеркивает значимость этого инструмента для привлечения финансирования в сфере устойчивого развития.

С помощью выпуска «зеленых» облигаций российские эмитенты привлекли средства для финансирования проектов в различных сферах, таких как энергетика, недвижимость, управление

отходами, машиностроение, финансовая и транспортная сферы. Среди российских эмитентов присутствовали компании как федерального, так и регионального уровня.

Проекты, реализуемые с использованием средств, привлеченных с помощью выпуска «зеленых» облигаций, охватывают большую часть территории Российской Федерации. Есть эмитенты, которые осуществляют свою деятельность на всей территории РФ, например, ОАО «РЖД». Среди регионов, компании из которых привлекли средства, можно отметить Ханты-Мансийский автономный округ — Югру, Москву, Санкт-Петербург, Республику Адыгею, Ставропольский край, а также Астраханскую, Ростовскую и Московскую области [7]. Это подчеркивает значимость инструмента «зеленых» облигаций для инвесторов, которые могут взаимодействовать с компаниями разного уровня и использовать свои финансовые возможности для устойчивого развития различных областей экономики, получая доход от ответственного инвестирования.

Следует отметить, что на рынке зеленых облигаций в России действует пять рейтинговых агентств и одна аудиторская компания, которые имеют право оценивать и верифицировать «зеленые» облигации. Среди них можно выделить АКРА, НКР, НРА, Эксперт РА, RAEX Europe и ФБК [7].

Концепция ESG (Environmental, Social, and Corporate Governance) находит все большее применение в деятельности российских компаний, которые стремятся к устойчивому развитию. Она включает экологические, социальные и корпоративные аспекты и формирует, с одной стороны, единые, но с другой стороны, уникальные ESG-повестки для каждой отрасли.

В производстве продуктов питания, например, наиболее острыми вопросами являются утилизация упаковки, управление отходами, решение задач сельского хозяйства для производства продуктов в полном цикле, сокращение углеродного следа, снижение потребления воды и энергоресурсов [3].

В нефтегазовой отрасли основное внимание уделяется сокращению выбросов парниковых газов, декарбонизации транспорта, развитию проектов по улавливанию углерода, применению энергосберегающих технологий и переходу на низкоуглеродные и возобновляемые источники электроэнергии [3].

Существует несколько направлений в строительном бизнесе, связанных с устойчивым развитием и заботой о окружающей среде. Одно из таких направлений — развитие «зеленого» строительства, которое базируется на принципах экологичности, энергоэффективности и устойчивости. В «зеленом» строительстве используются инновационные технологии, которые позволяют значительно сократить расходы энергии

и ресурсов при строительстве и последующей эксплуатации зданий и сооружений [3].

Что касается финансового сектора, российский Газпромбанк является примером компании, которая успешно интегрирует принципы ESG в свои стратегии и корпоративное управление. В 2021 году банк принял политику устойчивого развития, которая является выражением его стратегических целей и приоритетов. В рамках данной политики банк активно работает над расширением направлений и программ, которые соответствуют принципам ESG.

Компания использует инновационные методы, чтобы вовлечь своих клиентов в ESG-процессы трансформации. Банк предлагает розничным клиентам альтернативные продукты, которые способствуют сохранению природных ресурсов и обеспечивают социальную справедливость. Кроме этого, банк предлагает услуги по экологическому и ESG консультированию для корпоративных клиентов, которые могут размещать облигации в форматах ответственного финансирования. Банк стремится установить отношения с потребителями на основе принципов ответственного инвестирования [10], что способствует устойчивому, долгосрочному и ответственному развитию не только бизнеса, но и общества в целом.

Вносить элементы устойчивого развития в проекты, стратегии и корпоративное управление — это неотъемлемый компонент успешного бизнеса, который не только способствует развитию компании, но и улучшает жизнь людей и охрану окружающей среды. Газпромбанк — пример того, как компания может успешно интегрировать принципы ESG в свои стратегические программы и корпоративное управление для достижения устойчивого и ответственного развития.

По словам заместителя председателя правления Газпромбанка Елены Борисенко, с 2014 года наблюдается прямая корреляция между доходностью по ценным бумагам и ESG-рейтингом компании: чем выше рейтинг, тем интереснее такие бумаги для инвесторов. Россия тоже на протяжении многих лет через свои госпрограммы и госпроекты заявляет о том, что ESG является приоритетом [11].

Несмотря на популярность принципов ESG, единого емкого критерия оценки, который бы комплексно подходил ко всем отраслям и был применим для любого типа компаний в России пока не создано. Каждое рейтинговое агентство предлагает свой подход к оценке ESG-рейтинга компании.

На территории России с 2021 года вступило в силу Постановление правительства, регулирующее практику устойчивого развития проектов, включая «зеленые». В соответствии с документом, верификация проектов и стимулирование их развития осуществляется через финансовые инструменты. Однако, соответствие критериям постановления не является единственным условием

для получения государственной поддержки. Важная задача этого документа заключается в установлении технологических и отраслевых факторов для классификации «зеленых» и адаптационных проектов. Установление количественных и качественных критериев для «зеленых проектов» в настоящее время находится в сейчас на стадии доработки.

Обращение с отходами является одной из отраслей, где одобряются проекты, направленные на создание экологически чистых («зеленых») решений. Это может быть:

- утилизация с получением вторичного сырья и/или новой продукции. В данном случае проекты должны соответствовать критериям, определенным в справочнике наилучших доступных технологий (НДТ) «Утилизация и обезвреживание отходов» [7], а именно показателям энергетической и ресурсной эффективности;

- утилизация, при которой происходит выработка энергии. При этом необходимо 100 % дальнейшее использование или полная утилизация золо-шлаковых отходов;

- проекты по созданию и модернизации комплексов по обращению с отходами [7], если они призваны решать климатические проблемы (Минэкономразвития в дальнейшем предстоит определить конкретную характеристику термина «климатические») или если утилизируются 49,5 % обрабатываемых отходов или обрабатываются 100 % всех отходов.

Проекты по утилизации твердых коммунальных отходов (ТКО) могут быть классифицированы как адаптационные, если они соответствуют показателям ресурсной и энергетической эффективности, указанным в Национальном проекте под названием «Размещение отходов производства и потребления», и включают обработку и захоронение ТКО. В отличие от «зеленых» проектов, которые в основном ориентированы на глубокую переработку ТКО, адаптационные могут также включать и захоронение.

Хотя такие проекты могут соответствовать целевым показателям нацпроекта, их эффективность в решении проблемы комплексного обращения с ТКО является относительной.

В настоящее время не существует общепринятых стандартов для определения эффективности проектов по утилизации ТКО. Однако, принято использование справочника наилучших доступных технологий (ИТС 15-2016) [5] для оценки уровня технологической зрелости используемых методов. Важно отметить, что этот справочник не включает компостирование как вариант обращения с ТКО, который может дополнительно улучшить эффективность проекта, т.е. проект, где используется данный метод, автоматически не становится «зеленым».

На сегодняшний день ESG-стратегия превращается в важный инструмент для

обеспечения устойчивости компании и ее измерения. Однако, стандарты и критерии, используемых в данной области, не идеальны и имеют некоторые различия и разночтения, как уже отмечалось ранее. Фактически, стандарты ESG должны быть направлены на учет тех особенностей отрасли и конкретных компаний, которые важны для достижения целей устойчивого развития в целом.

Тем не менее, систематический подход к определению показателей, который отражает эффективность усилий компании в области устойчивого развития и интегрируется полностью в ESG-стратегию, является ключевой составляющей при принятии верных решений относительно текущего направления развития компании.

При кажущемся приоритете экологической составляющей ESG, происходит переосмысление подходов к работе с персоналом. Эпидемия COVID-19 и остальные события, произошедшие и еще происходящие в текущий момент, меняют ожидания людей и заставляют бизнес пересматривать отношение к кадровой политике и способам привлечения и удержания персонала. В новых условиях актуально поддерживать сотрудников, помогать адаптироваться к изменениям и справляться со стрессом.

Связи со стремлением к импортозамещению во всех сферах, на ПМЭФ-2023 был предложен отечественный аналог ESG-рейтинга, а именно «Экология, кадры, государство» (сокращенно - ЭКГ) [12].

Рейтинг составляется государственными органами: Финансовым университетом при правительстве РФ, Институтом демографической политики имени Д. И. Менделеева при поддержке полномочного представителя президента РФ в Центральном федеральном округе Игоря Щёголева, Федеральной налоговой службы России, Счётной палаты Российской Федерации. На текущем этапе, по заявлению разработчиков, рейтинг базируется на реестровых данных и публичных сведениях из бухгалтерской отчётности и других источников, получателями которых являются ФНС, Федеральное казначейство, Росфинмониторинг, ФССП и Минюст.

По заявлению Федеральной налоговой службы, основное отличие от ESG-рейтингования — это «упор на социальную ответственность компаний», учёт «национальных ценностей и приоритетов при соблюдении баланса между интересами бизнеса, государства и общества».

Рейтинг, в отличие от ESG-рейтингов, пополняется не по заявочному принципу: туда автоматически попадают частные компании, кроме бюджетных и казенных учреждений, финансовых организаций, микропредприятий и тех, кто не предоставляет доступ к своей финансовой отчетности.

Охват существенный, поскольку изначально рейтинг планировался как метод оценки компаний только в Центральном федеральном округе, однако после успешной апробации методики расчёт проведен уже по 99 тысячам компаний всей страны, то есть потенциально методика рабочая и масштабируемая.

По итогам предквалификации, скоринга и добровольного анкетирования максимально компания может набрать 160 баллов. Упор на сегменты К- и Г- (S- и G- в рейтинге ESG): на них приходится 135 баллов, на экологическую часть (E в ESG) - лишь 25.

Методология в части экологии: ключевой критерий - экологические платежи в бюджет. Чем выше их сумма, тем хуже оценка. Критерий для оценки экологической составляющей рейтинга ЭКГ суть комплексного влияния предприятия на природу и эффективного использования природный ресурсов не вполне отражает.

В части кадров и государства (S- и G-) системообразующие критерии — уровень оплаты труда, социальный пакет и налоговая история. Для сравнения, финансовая устойчивость организации имеет втрое меньшее значение, чем налоговая дисциплина: максимально 15 баллов против 45.

Предполагается, что высокие места в ЭКГ-рейтинге будут награждаться региональными льготами.

Нюанс еще и в том, что, к примеру, табачный бизнес по ЭКГ-методологии также может считаться ответственным. У «Дж.Т.И. Донской табак», одного из крупнейших производителей сигарет в России: оценка А «Продвинутый», 84 балла из 160 [12].

Экологическая и социальная ответственность бизнеса, следование ESG-принципам и, следовательно, инвестиционная привлекательность — это не только лишь имидж компании, который соответствует современной информационной повестке. Это принципы работы, которые вначале затрагивают корпоративные ценности и политику, отношения между сотрудниками, формируя ответственную среду внутри того или иного производства, а уже затем эти ценности (культура) транслируется во внешнюю среду, формируя репутационный потенциал ответственного производителя. Это важно как для самих корпораций или компаний, так и для внешних клиентов — покупателей, инвесторов, акционеров.

Российская Федерация, учитывая сложившуюся обстановку, влияние внутренних и внешних процессов, идет по своему пути, учитывая и международный опыт. Именно для этого и разработан метод комплексной оценки «здоровья» компаний, направленной на определение уровня их благонадёжности, социальной и экологической ответственности (ЭКГ — «экология», «кадры», «государство»). ■

1. Куряева Г. Ю., Киселев Е. А. «Социально-экологическая ответственность бизнеса» // Сборник статей по материалам VII Всероссийской (национальной) научно-практической конференции (к 25-летию Института экономики и управления Пензенского государственного университета). Под редакцией А.Н. Опекунова. Пенза, 2021, С 31-35

2. Социально-экологическая ответственность бизнеса [Электронный ресурс] – режим доступа к изд.: <https://ecobez.ru/socialno-jekologicheskaja-otvetstvennost-biznesa/>

3. ESG в 2023 году [Электронный ресурс] – режим доступа к изд.: <https://www.kp.ru/family/ecology/esg/#link>

4. ESG-принципы: что это такое и зачем компаниям их соблюдать [Электронный ресурс] – режим доступа к изд.: <https://trends.rbc.ru/trends/green/614b224f9a7947699655a435>

5. Восьмое национальное сообщение Российской Федерации, представленное в соответствии со статьями 4 и 12 Рамочной Конвенции Организации Объединенных Наций об изменении климата и статьей 7 Киотского протокола [Электронный ресурс] – режим доступа к изд.: https://unfccc.int/sites/default/files/resource/NC-8_BR-5_rus.pdf

6. Бабанина Д.А., Воротников А.М. «Актуальность ответственного инвестирования в современных условиях для решения социальных проблем общества в России» // Журнал социологических исследований. 2022. Том 7. № 3 С. 18—25.

7. Доклад «ESG и зеленые финансы России 2018-2022» Экспертно-аналитическая платформа «Инфраструктура и финансы устойчивого развития INFRAGREEN» — 2022. — Вып. 1 — С. 7–142.

8. Распоряжение Правительства РФ от 14 июля 2021 г. N 1912-р Об утверждении целей и основных направлений устойчивого (в том числе зеленого) развития РФ [Электронный ресурс] – режим доступа к изд.: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/401409630/>

9. Алексеева Д.Г. «Тенденции правового регулирования ESG-банкинга в условиях санкций» // Вестник университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА) 2023 №1 С. 80—93

10. Отчет о деятельности в области устойчивого развития АО «Газпромбанк» 2020 [Электронный ресурс] – режим доступа к изд.: <https://tspp.ru/download/917ab6211e4b28504562fa4a78359a5b/>

11. Борисенко Е.: «Устойчивое развитие — фундамент успешного бизнеса» [Электронный ресурс] – режим доступа к изд.: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/cmrm/5fe2f1b29a79475a8098e019>

12. Оценка соответствия компаний повестке, заданной Президентом Российской Федерации. ЭКГ-рейтинг ответственного бизнеса. [Электронный ресурс] – режим доступа к изд.: <https://экг-рейтинг.рф>

13. Вострикова Е. О., Мешкова А. П. ESG-критерии в инвестировании: зарубежный и отечественный опыт // Финансовый журнал. 2020. Т. 12. № 4. С. 117–129

14. Львова Н. А. Ответственные инвестиции: теория, практика, перспективы для Российской Федерации // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». 2019 № 3 С. 56—67.

15. Беляева И. Ю., Козлова Н. П., Данилова О. В. ESG-факторы как инструмент формирования деловой репутации // Вестник Астраханского государственного

технического университета. Серия: Экономика. 2021 № 4 С. 15–21.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

ESG в 2023 году [Электронный ресурс] – режим доступа к изд.: <https://www.kp.ru/family/ecology/esg/#link>

ESG-принципы: что это такое и зачем компаниям их соблюдать [Электронный ресурс] – режим доступа к изд.: <https://trends.rbc.ru/trends/green/614b224f9a7947699655a435>

Алексеева Д.Г. «Тенденции правового регулирования ESG-банкинга в условиях санкций» // Вестник университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА) 2023 №1 С. 80—93

Бабанина Д.А., Воротников А.М. «Актуальность ответственного инвестирования в современных условиях для решения социальных проблем общества в России» // Журнал социологических исследований. 2022. Том 7. № 3 С. 18—25.

Беляева И. Ю., Козлова Н. П., Данилова О. В. ESG-факторы как инструмент формирования деловой репутации // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2021 № 4 С. 15–21.

Борисенко Е.: «Устойчивое развитие — фундамент успешного бизнеса» [Электронный ресурс] – режим доступа к изд.: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/cmrm/5fe2f1b29a79475a8098e019>

Вострикова Е. О., Мешкова А. П. ESG-критерии в инвестировании: зарубежный и отечественный опыт // Финансовый журнал. 2020. Т. 12. № 4. С. 117–129

Восьмое национальное сообщение Российской Федерации, представленное в соответствии со статьями 4 и 12 Рамочной Конвенции Организации Объединенных Наций об изменении климата и статьей 7 Киотского протокола [Электронный ресурс] – режим доступа к изд.: https://unfccc.int/sites/default/files/resource/NC-8_BR-5_rus.pdf

Доклад «ESG и зеленые финансы России 2018-2022» Экспертно-аналитическая платформа «Инфраструктура и финансы устойчивого развития INFRAGREEN» — 2022. — Вып. 1 — С. 7–142.

Куряева Г. Ю., Киселев Е. А. «Социально-экологическая ответственность бизнеса» // Сборник статей по материалам VII Всероссийской (национальной) научно-практической конференции (к 25-летию Института экономики и управления Пензенского государственного университета). Под редакцией А.Н. Опекунова. Пенза, 2021, С 31-35

Львова Н. А. Ответственные инвестиции: теория, практика, перспективы для Российской Федерации // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». 2019 № 3 С. 56—67.

Отчет о деятельности в области устойчивого развития АО «Газпромбанк» 2020 [Электронный ресурс] – режим доступа к изд.:

<https://rspp.ru/download/917ab6211e4b28504562fa4a78359ac6/>

Оценка соответствия компаний повестке, заданной Президентом Российской Федерации. ЭКГ-рейтинг ответственного бизнеса. [Электронный ресурс] – режим доступа к изд.: <https://экг-рейтинг.рф>

Распоряжение Правительства РФ от 14 июля 2021 г. N 1912-р Об утверждении целей и основных направлений устойчивого (в том числе зеленого) развития РФ [Электронный ресурс] – режим доступа к изд.: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/401409630/>

Социально-экологическая ответственность бизнеса [Электронный ресурс] – режим доступа к изд.: <https://ecobez.ru/socialno-jekologicheskaja-otvetstvennost-biznesa/>

Theoretical aspects of environmental responsibility of business in modern conditions

© Grosheva N., Levitskiy I., 2024

This article examines the main aspects of the trend faced by Russian companies, especially in the mining and processing sectors. The trend represents the growing importance of compliance with environmental, social and management standards (ESG) in international markets and in obtaining financing for projects. These requirements are becoming increasingly important in the context of a rapidly changing global energy structure. In the business sector, awareness of this challenge leaves no doubt, since ESG is now not just a fashionable abbreviation, but also a real goal for those who take their business seriously and make big plans for the future.

Keywords: ecology, social and environmental responsibility, business, industry, ESG, green economy, ESG rating, green bonds

УДК 004.891

ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА: СТАРТ ДЛИНОЙ ДВЕ ТРЕТИ ВЕКА

© Деренко Н. В., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье рассматриваются популярные подходы к трактовке истории развития искусственного интеллекта, а также анализируются проблемы, возникшие на современном этапе и тормозящие развитие перспективных компьютерных технологий. Автор выделяет ведущую роль советских кибернетических научных школ в становлении и формировании направлений развития технологий искусственного интеллекта.

Ключевые слова: искусственный интеллект, кибернетика, компьютерные технологии, интеллектуальные системы

Изложение краткой истории развития технологий искусственного интеллекта (ИИ), как оказалось, является творческим процессом, и каждый автор дает свою трактовку, опираясь на разные ключевые факты, достижения, события. Тем не менее, все исчисляют активную фазу становления ИИ в две трети века — 66 лет на сегодняшний день, и поэтому удивляет убежденность подавляющего большинства обывателей, особенно молодежи, что столь модные и актуальные сегодня новые компьютерные технологии, имитирующие деятельность мозга человека, насчитывают 10–15 лет своего существования.

Данная обзорная статья преследует цель развеять подобные заблуждения студентов (она появилась после бурных дискуссий на научно-практической конференции «Искусственный интеллект в экономике»).

Говоря об «активной фазе» развития ИИ, автор имеет в виду «компьютерную» эру данных технологий. На многих англоязычных сайтах можно встретить достаточно условные временные схемы (timelines) типа [1]:

- 1950 г. — нейрон и нейронные сети (<https://geektimes.ru/post/40137/>);
- 1960 г. — эвристический поиск (http://life-prog.ru/view_ekspertnie_systemi.php?id=23);
- 1970 г. — представление знаний (<http://www.mari-el.ru/mmlab/home/AI/4/>);
- 1980 г. — обучающие машины (<https://vocabulary.ru/termin/obuchayuschie-mashiny.html>);
- 1990 г. — автоматизированные обрабатывающие центры (https://epistemology_of_science.academic.ru/253);
- 2000 г. — робототехника (<https://hi-news.ru/tag/robototexnika>);
- 2008 г. — сингулярность (<http://light-science.ru/fizika/chto-takoe-singulyarnost.html>).

Условность схемы — в привязке не к событиям, а к десятилетиям.

Авторы, подходящие к вопросу об истории ИИ системно и фундаментально [2–4], начинают отсчет новой информационной эры или со статей В. Буша (1945 г., «Как мы можем думать») и А.Тьюринга (1950 г., «Вычислительная техника и интеллект»), или с Дартмутского семинара Джона Маккарти в

1956 г. (Ганновер, Нью-Гемпшир). Философы заглядывают глубже в века: основы современных технологий ИИ они находят в трудах Аристотеля и Платона, позже — у конструкторов первых механических вычислительных машин Р. Луллия, Г. Лейбница, и, наконец, у создателя аналитической машины Ч. Бэббиджа.

В упомянутой статье В. Буша анонсирована принципиальная возможность заменить персональными компьютерами человеческое мышление [4]. Авторы [3] в первых же строках своего исследования называют «отцом» ИИ Алана Тьюринга, опираясь на наличие в его статье 1950-го года метода оценки для ИИ, широко известного как тест Тьюринга или «игра в имитацию». А Джон Маккарти в 1956-м году первым использовал столь популярный сегодня термин, назвав конференцию в Дартмутском колледже «Летний исследовательский проект по искусственному интеллекту». По этой причине Дж. Маккарти признан автором термина.

Обычно Дж. Маккарти упоминается в компании с Марвином Мински, Натаниэлем Рочестером, Клодом Шенноном [5], а также с Хербом Саймоном и Аланом Ньюэллом из Технологического института Карнеги. Два последних ученых в течение 10 недель, пока шел Дартмутский семинар, разработали компьютерную программу по созданию доказательства проблем в логике — проект удался, его назвали «мыслящей машиной», и именно этот факт придал значимость семинару. В результате осенью того же года программа и выводы семинара были представлены на Симпозиуме Массачусетского технологического института по теории информации, и дело сдвинулось.

Какой смысл вкладывали Дж. Маккарти и его соратники в новый термин? ИИ — область науки, занимающейся компьютерным моделированием различных способностей интеллекта — или человеческого, или животного, или растительного, или социального, или филогенетического. Авторы термина предположили, что все когнитивные функции — обучение, мышление, расчет, восприятие, память, научное открытие или художественное творчество и т.п. — могут моделироваться и программироваться на ЭВМ. Гипотеза открыта — не доказана, не опровергнута [5].

Определение ИИ по Маккарти оказалось удачным и дожило до настоящего времени, хотя в разных сферах математики и других наук складывались свои представления. Сегодня автору представляется удачным определение, данное Банком России в докладе для общественных консультаций «Применение искусственного интеллекта на финансовом рынке» [7]: «ИИ — это комплекс технологических решений, позволяющий имитировать когнитивные функции человека и при выполнении конкретных задач получать результаты, сопоставимые с результатами его интеллектуальной деятельности. Комплекс технологических решений включает в себя программное обеспечение,

информационно-коммуникационную инфраструктуру, процессы и сервисы по обработке данных и поиску решений». Данные определения нужно всячески популяризовать, так как с легкой руки манипуляторов общественным мнением, нагнетающих алармистские настроения в социальных сетях, сегодня устойчивым штампом стало представление: «ИИ — некая искусственная сущность, наделенная разумом, конкурирующая с людьми».

Автор [5] дает свое видение истории развития ИИ, прагматичное и профессиональное, выделяя шесть этапов. Этап № 1 — «Пророчества», стартует в 1965-м году, характеризуется неоправданным оптимизмом ученых. Доходило даже до заявлений, что еще до 1968-го года компьютер станет непобедимым в шахматах...

Этап № 2 — «Мрачные времена», знаменует резкое разочарование в период с 1965 года (шахматный матч у ЭВМ выиграл десятилетний мальчик; Сенат США раскритиковал попытки машинного перевода), впереди были 10 лет пессимизма и снижения не только интереса, но и финансирования исследований. Тем не менее в 1965 г. разработана Элиза — первый робот, говорящий на английском языке; в 1969 г. в Стэнфорде создан Шеки — робот с ИИ, способный самостоятельно перемещаться, воспринимать данные и решать простые задачи; начат проект уличных карт — прототип GPS.

Этап № 3 — «Семантический ИИ»: с середины 1970-х разработаны методы семантического представления знаний, созданы экспертные системы. 1973 г. — в Эдинбурге создан робот Фредди, обладающий зрением и способный находить и собирать разные модели. Начало 1980-х — появились успехи в медицинской диагностике.

Этап № 4 — «Машинное обучение» является достаточно революционным: в 1980-х разработаны алгоритмы ML (Machine Learning) — методы ИИ, которые не решают задачу напрямую, а обучаются в процессе применения решений множества сходных задач (научная начинка: математическая статистика, численные методы, методы оптимизации, теория вероятностей, теория графов и т.п.). В итоге решены проблемы идентификации отпечатков пальцев, распознавания речи и т.д.

Этап № 5 — «Интерфейс Человек-Машина» начался в конце 1990-х: развились аффективные (эмоциональные) вычисления — анализ реакций субъекта, ощущающего эмоции, и их воспроизведение на машине. Появились первые чат-боты.

И этап № 6 — «Возрождение ИИ», отсчитывается примерно с 2010-го года. Именно в это время была преодолена главная трудность в развитии ИИ предыдущих этапов — низкая производительность ЭВМ. Теперь же появилась возможность большие данные (Big Data) сочетать с методами глубокого обучения (Deep Learning) — на искусственных нейронных сетях. Большие успехи

нейросетей в распознавании речи и изображений, понимании естественного языка, управлении автомобилем и т.д. дали старт возрождению ИИ.

Понятно, почему фундаментальные результаты в области ИИ, полученные десятки лет назад, сегодня не распознаются молодыми исследователями: терминология применялась другая, особенно у советских исследователей. В [6] представлен качественный обзор достижений школы ИИ СССР, начиная с 1960-х годов, когда в рамках реабилитированной после политических гонений кибернетики развивалось и нейросетевое направление. Нейронные сети назывались тогда системами распознавания образов, нейроны — модулями или переменными, обученные сети — сетями с разомкнутым контуром. И даже замечательный термин «кибернетика» на Западе замене на понятие «информатика».

Конечно, вклад СССР в развитие ИИ является весомым, как и сегодняшние отечественные успехи (например, россияне из Яндекса первыми выпустили системы синхронного перевода видео, Сбер в 2023 г. впервые представил нейросеть для создания видеороликов на основе текстового

запроса, причем создаются сцены с непрерывно двигающимся фоном и объектом):

- 1954–64 годы — академики Берг и Поспелов создают программу, доказывающую теоремы;
 - 1960 год — разработан алгоритм «Кора», моделирующий мозг и распознающий образы. Симулированы нейросети на ЭВМ;
 - 1965 г. — в Тбилиси создан робот, выполняющий голосовые команды;
 - 1968 год — Турчин создает символичный язык обработки данных РЕФАЛ;
 - начало 1970-х — книга «Искусство вычислять» — о работе с нейросетями. Создание «Метода группового учета аргументов» — метода глубокого обучения (8 слоёв против 1 в США);
 - 1975 г. — работают школы автоматического управления, машинного перевода, сетевых технологий, нейросетевых технологий.
- Очень красноречивым является прогноз развития ИИ, который сделали в 1971 г. советские кибернетики Ивахненко А.Г., Лапа В.Г. (см. рисунок 1).

1974 г.— полный контроль над воздушным сообщением;
1975 г.— автоматизация домашней работы;
1976 г.— автоматические библиотеки с применением голографических устройств памяти;
1979 г.— скоростной автоматический перевод;
1980 г.— машины, принимающие сложные и ответственные решения;
1980 г.— создание единого (мирового?) вычислительного центра;
1985 г.— автоматический диагноз болезней;
1988 г.— радар для слепых;
1988 г.— использование роботов для домашних работ;
1998 г.— введение информации от машины прямо в мозг человека;
2000 г.— симбиоз между человеком и вычислительной машиной;
2000 г.— автодороги с автоматическим управлением автомобилями;
2025 г.— устранение механизма старения, «бессмертие» людей;
2045 г.— автоматическое чтение мысли и др.

Рис. 1. Скриншот из книги с предполагаемой хронологией достижений ИИ.

Ивахненко А.Г., Лапа В.Г. «Предсказание случайных процессов», издательство «Наукова думка», 1971 г. [5]

Яркой иллюстрацией достижений советской школы ИИ является проект «Буря»: в 1988 году многоразовый космический корабль в беспилотном режиме сошел с орбиты Земли, вошел в плотные слои атмосферы, самостоятельно рассчитал весьма нетривиальный режим посадки в условиях сильного ветра, благополучно нашел свою посадочную полосу и сел. И это, как шутили специалисты, «с грацией падающего чугунного утюга» — аппарат был очень тяжелый и с ограниченными возможностями планирования в атмосфере. В настоящее время подобные проекты не по силам ни одной научной школе на планете.

Основные проблемы, с которыми столкнулся ИИ в настоящее время, широко обсуждаются и в научных кругах, и в популярных информационных пространствах. И это не так называемая «сингулярность», которой так боится запуганный обыватель — якобы сверхмощный ИИ поработит или уничтожит, может и нечаянно, человечество. Все куда прозаичнее:

- ИИ нуждается в удешевлении количества так называемых «чипов», производимых сегодня буквально двумя фирмами, и быстрого прогресса здесь не предвидится;
- ИИ требует на порядок увеличить расход электроэнергии, а это проблема, так как требуется революционное решение по получению огромного количества очень дешевой энергии, сравнимое с появлением в свое время ГЭС и АЭС;
- ИИ практически остановил свое обучение, так как закончились специально подготовленные большие данные, а анализировать «сырое» видео он не в состоянии, это пока остается мечтой кибернетиков;
- нейросети сегодня узкоспециализированы и требуются принципиально новые подходы к расширению их компетенций, «многозадачность» человеческого мозга непостижима пока и недостижима на компьютерах;

- ИИ работает в окружении больших команд специалистов, которых сегодня тоже нужно на порядок больше, а это медленные процессы – обучение армии кибернетиков;

- практически «на нуле» правовое регулирование использования ИИ...

Таким образом, сингулярность не наступит еще достаточно долго. Настоящая системная работа по развитию ИИ только начинается — работа, 66 лет находящаяся на старте. А завершение статьи рассмотрим управленческие шаги российских менеджеров, озабоченных удержанием передовых позиций в сфере внедрения ИИ.

В 1986 г. при Президиуме АН СССР был создан Научный совет по проблеме «Искусственный интеллект» (председателем совета стал Г. С. Поспелов, его заместителями — Д. А. Поспелов и Э. В. Попов). Появилась системность в работе.

В России 30 мая 2019 года на совещании по развитию цифровой экономики под председательством В.В. Путина было принято решение о подготовке национальной стратегии по искусственному интеллекту. В её рамках готовится федеральная программа с выделением 90 млрд рублей.

10 октября 2019 года В.В. Путин своим указом утвердил национальную стратегию развития искусственного интеллекта в России до 2030 года.

27 августа 2020 года был утверждён национальный проект «Искусственный интеллект», руководителем которого была назначена заместитель министра экономического развития Оксана Тарасенко.

В декабре 2020 года вторая конференция по искусственному интеллекту Artificial Intelligence Journey (AI Journey) вошла в топ-3 аналогичных форумов в мире. В ней участвовало (онлайн) более 20 000 человек из 80 стран, в работе конференции принял участие Владимир Путин.

Весной 2021 года Председатель Правительства Михаил Мишустин утвердил правила выделения финансовой поддержки компаний, занятых в сфере искусственного интеллекта, в размере 1,4 млрд рублей (на 2021 год).

Таким образом, государство принимает все возможные меры по ускоренному развитию и внедрению ИИ в экономике, образовании, обороне. За последние 2 года российская экономика в 1,5 раза расширила области применения ИИ, автор рекомендует внимательно ознакомиться с [7], чтобы полномасштабно оценить перспективы новых информационных технологий. ■

1. Этапы развития искусственного интеллекта // Timetoast timelines : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.timetoast.com/timelines/3e328dcc6b5c-4a9d-a909-876e78624651>.

2. Миндигулова А. А. Феномен искусственного интеллекта: история возникновения и развития / А. А. Миндигулова // Социология. – 2023. – № 5. – С. 239–244.

3. Гриднева А. М. Искусственный интеллект: история развития, основные методы исследований и влияние на современное общество / А. М. Гриднева, Е. В. Максименко // Молодежь и наука: актуальные проблемы фундаментальных и прикладных исследований : Материалы III Всероссийской национальной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, в 3 ч., Комсомольск-на-Амуре, 06–10 апреля 2020 года. Том Часть 3. – Комсомольск-на-Амуре: Комсомольский-на-Амуре государственный университет, 2020. – С. 331–334.

4. Отбеткина Т. А. История искусственного интеллекта / Т. А. Отбеткина // Вопросы устойчивого развития общества. – 2022. – № 8. – С. 843–858.

5. Ганасия Жан-Габриэль. Искусственный интеллект: между мифом и реальностью / Ж.-Г. Ганасия // Курьер ЮНЕСКО, 29 июня 2018 г. : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://courier.unesco.org/ru/articles/iskusstvennyy-intellekt-mezhdu-mifom-i-realnostyu>.

6. Лавренюк К. История нейронных сетей в СССР / К. Лавренюк // Блог компании SberDevices, 25 февраля 2021 г. : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://habr.com/ru/companies/sberdevices/articles/543988/>

7. Применение искусственного интеллекта на финансовом рынке: доклад Банка России // Официальный сайт Банка России : [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/156061/Consultation_Paper_03112023.pdf.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Ганасия Жан-Габриэль. Искусственный интеллект: между мифом и реальностью / Ж.-Г. Ганасия // Курьер ЮНЕСКО, 29 июня 2018 г. : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://courier.unesco.org/ru/articles/iskusstvennyy-intellekt-mezhdu-mifom-i-realnostyu>.

Гриднева А. М. Искусственный интеллект: история развития, основные методы исследований и влияние на современное общество / А. М. Гриднева, Е. В. Максименко // Молодежь и наука: актуальные проблемы фундаментальных и прикладных исследований : Материалы III Всероссийской национальной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, в 3 ч., Комсомольск-на-Амуре, 06–10 апреля 2020 года. Том Часть 3. – Комсомольск-на-Амуре: Комсомольский-на-Амуре государственный университет, 2020. – С. 331–334.

Лавренюк К. История нейронных сетей в СССР / К. Лавренюк // Блог компании SberDevices, 25 февраля 2021 г. : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://habr.com/ru/companies/sberdevices/articles/543988/>

Миндигулова А. А. Феномен искусственного интеллекта: история возникновения и развития / А. А. Миндигулова // Социология. – 2023. – № 5. – С. 239–244.

Отбеткина Т. А. История искусственного интеллекта / Т. А. Отбеткина // Вопросы устойчивого развития общества. – 2022. – № 8. – С. 843–858.

Применение искусственного интеллекта на финансовом рынке: доклад Банка России //

Официальный сайт Банка России : [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/156061/Consultation_Paper_03112023.pdf.

Этапы развития искусственного интеллекта // Timetoast timelines : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.timetoast.com/timelines/3e328dcc-6b5c-4a9d-a909-876e78624651>.

© **Derenko N., 2024**

This article discusses popular approaches to interpreting the history of the development of artificial intelligence, and also analyzes the problems that have arisen at the present stage and are hindering the development of promising computer technologies. The author highlights the leading role of Soviet cybernetic scientific schools in the formation and formation of directions for the development of artificial intelligence technologies.

Keywords: artificial intelligence, cybernetics, computer technology, intelligent systems

Stages of development of artificial intelligence: a two-third century-long start

УДК 339.9

ЭКСПОРТ УСЛУГ ОБРАЗОВАНИЯ КАК НАПРАВЛЕНИЕ НЕСЫРЬЕВОГО ЭКСПОРТА ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

© **Жарикова В. С., Иващутина Е. Е., Куклин А. И., Немокаев А. А., 2024**

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Россия остается важным и одним из крупнейших игроков на мировом рынке образовательных услуг, занимая пятое место в мире по количеству иностранных студентов. В прошлом году в России обучалось 324 тыс. иностранных студентов, что составляет около 4,6 % мирового образовательного рынка. За 10 лет число иностранных студентов практически удвоилось, а с начала 2000-х увеличилось в 7,8 раз (тогда в России обучалось чуть менее 2 % иностранных студентов в мире). Иностранные студенты являются не только показателем международного признания уровня и качества российского образования, но и приносят ряд дополнительных преимуществ. Привлечение иностранных студентов вносит вклад в улучшение академических способностей учащихся, повышает качество научных исследований. С финансово-экономической точки зрения это источник доходов для вузов, а на региональном и государственном уровне благодаря расходам на проживание, питание, досуг и развлечения — это еще и вклад в экономику. По разным оценкам, вклад иностранных студентов в экономику России может составлять свыше 150 млрд руб. Набор иностранных студентов может компенсировать и сгладить негативные демографические тенденции, а также способствует привлечению талантов в страну. Пожалуй, среди наиболее значимых преимуществ в текущих условиях можно отметить мягкую силу. Вернувшись на родину, такие студенты становятся источником продвижения ценностей той страны, где учились [6].

Если посмотреть на географию иностранных студентов (СНГ, Китай и Индия, арабский мир, Юго-Восточная Азия), мы понимаем, что Россия останется важным поставщиком образовательных услуг [2]. Таким образом, тема экспорта услуг образования, обсуждаемая в данной статье, максимально актуальна

Ключевые слова: экспорт услуг образования, несырьевой экспорт Иркутской области, развитие неэнергетического экспорта

Давно признано, что высшее образование в России одно из лучших в мире. Выпускники востребованы в разных странах, а в наши вузы стремятся абитуриенты из стран Азии, Европы, Африки. Данная тема особенно актуальна в условиях демографического кризиса, когда

количество «местных студентов» постоянно сокращается [4].

Исторически ИГУ готовит иностранных студентов с 1925 года. Почему же наше образование так востребовано? Студенты провели опрос — почему иностранцы выбирают именно наше образование.

Таблица 1. Причина выбора российского образования

Причина выбора российского образования	%
Высокое качество образования по тому направлению, которое выбрали	85,4
Возможность получения высшего образования бесплатно (по квоте)	61,1
Наличие родственников, друзей, знакомых в России	22,0
В моей стране нет такого направления подготовки	15,6

Наличия диаспоры, землячества в РФ	4,9
Доступная стоимость обучения	4,0
Невысокая стоимость проживания в России	3,4

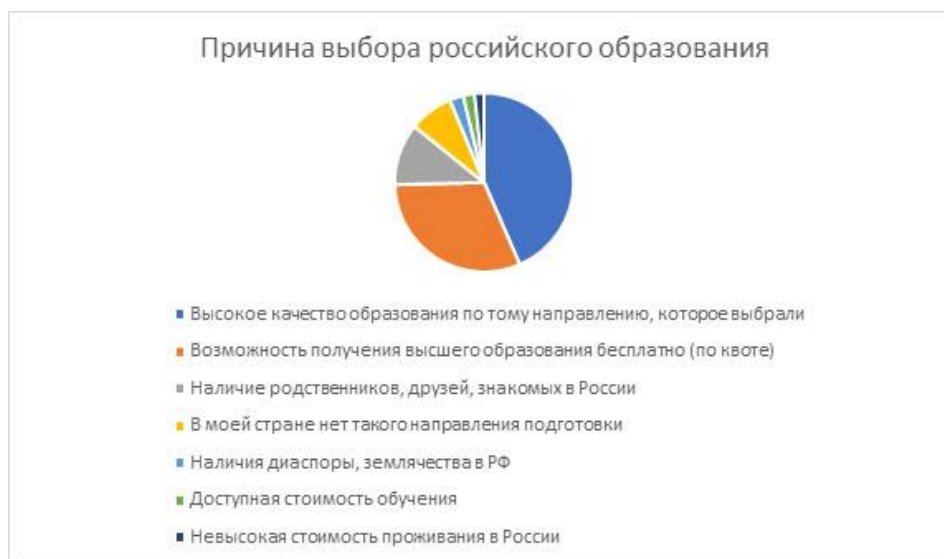


Рис.1. Причина выбора российского образования

Среди причин выбора именно российских образовательных программ — высокое качество образования, доступная стоимость обучения и проживания в условиях низкого курса рубля. Кроме того, это высокая интеграция научной и практической работы в образовательный процесс [5].

К сожалению, вопросы экспорта образования рассматриваются преимущественно к учреждениям высшего образования, хотя динамика и темпы развития системы среднего профессионального образования в России позволяют признать ее самой развивающейся и быстро реагирующей на изменения системой. Студенты предложили такие модели экспорта образования, как модель внутренней интернационализации, расширение институционального присутствия российских образовательных учреждений за рубежом в различных формах, онлайн-образование. Для развития экспорта образовательных услуг необходимы интернет-ресурсы и наличие

информационных центров в России и в других странах, реализация совместных проектов и участие в международных образовательных программах, развитие экспорта образования с начальных ступеней.

Образование в вузах региона получают более 3 тысяч иностранных студентов [3]. Лидерами на рынке образовательных услуг для зарубежных студентов являются ИрНИТУ, ИГМУ, ИГУ, БГУ.

Экспорт образования представляет собой два возможных варианта: оказание образовательных услуг за рубежом или зачисление иностранных студентов в вузы области. Оба эти варианта имеют свои плюсы и минусы, в том числе для иностранных студентов это вопрос миграционных ограничений и ограниченности общежитий, для образовательных услуг за рубежом это вопрос формата — очный или онлайн формат.

Если рассматривать экспорт образования на примере ИГУ, то можно заметить, что университет из года в год улучшает свои позиции в рейтингах [1].

Таблица 2. Позиции в рейтингах ИГУ

В 2020 году	В 2021 году	В 2022 году
Webometrics/Word - 3439	Webometrics/World – 2828	Webometrics/World – 2816
Webometrics/ BRICS - 762	Webometrics/ BRICS – 545	Webometrics/ BRICS – 507
Национальный рейтинг университетов (Интерфакс) - 53	Национальный рейтинг университетов (Интерфакс) - 58	Национальный рейтинг университетов (Интерфакс) – 56-58
Webometrics/Russian Federation – 59	Webometrics/Russian Federation – 59	Webometrics/Russian Federation – 49

Национальный рейтинг университетов/ Образование - 45-46	Национальный рейтинг университетов/ Образование - 52	Национальный рейтинг университетов/ Образование – 49
---	--	--

Уже сейчас в ИГУ обучаются иностранные студенты, которые получают образование по различным программам, в том числе грантовым и межправительственным соглашениям. Однако, большая доля зарубежных студентов обучается на коммерческой основе.

Подготовка иностранных граждан в ИГУ ведется на подготовительном факультете при Международном институте экономики и лингвистики по трем профилям: гуманитарному,

экономическому, естественнонаучному. После получения сертификата ИГУ иностранцы могут поступить на программы высшего образования в российские вузы.

Образование Иркутской области может быть экспортируемо по нескольким причинам. Во-первых, это близкое расположение к главным странам-партнерам, таким как: Монголия, Китай, Индия.



Рис. 2. Страны экспорта

Связь с этими странами сохранилась еще с советских времен. Кроме этого, стоимость обучения для иностранных студентов является выгодной из-за разницы в курсе валют.

Несомненно, у области, как экспортера образования существуют и ограничения:

- плохое состояние материально-технической базы и инфраструктуры;

- недостаток требующей учащимся других стран степени защищенности;
- введение учебного процесса на русском языке;
- визовые ограничения;
- проблема интеграции в Болонский процесс.

Несмотря на сложные экономические условия и недостаточное бюджетное финансирование, вузы

Иркутской области продолжают развивать и укреплять международное сотрудничество. В целом основными его формами являются: сотрудничество с зарубежными вузами в рамках совместных проектов, академические обмены преподавателями и исследователями, международная студенческая мобильность, обучение иностранных студентов и др.

Рассматривая экспорт образования Иркутской области, студентами были предложены несколько ключевых моделей:

- модель внутренней интернационализации (Объединение в единую систему образования с другими странами);
- совместные образовательные программы;
- открытие зарубежных филиалов (в условиях негативных трендов, связанных с ограничениями сдачи ЕГЭ поможет студентам поступать в Российские вузы, не основываясь на результатах экзаменов; в настоящее время, область теряет многих потенциальных студентов, которые, не сдав ЕГЭ на необходимый проходной балл, уезжают в Монголию);

- электронное обучение, онлайн-образование.

Основные направления сетевого взаимодействия в рамках вузовских объединений — это, прежде всего, развитие: Входящей и исходящей академической мобильности студентов.

В последние годы вопрос экспорта образовательных услуг четко обозначен в федеральной повестке. В рамках проекта «Экспорт образования» поставлена задача по увеличению численности иностранных студентов в российских вузах к 2024 году почти в два раза. Это предполагает создание дополнительных условий для их комфортного проживания.

На примере ИГУ могут быть предложены следующие 4 направления развития экспорта образовательных услуг:

- работа с Индией: бакалавриат, среднее профессиональное образование (качественное и доступное);
- работа с Китаем: магистратура (не все вузы Китая могут готовить магистров);
- Монголия: развитие двойное дипломированные;
- выход в страны Африки: среднее профессиональное образование.

Экспорт российского среднего профессионального образования должен стать одним из приоритетных направлений деятельности ПОО (профессиональных образовательных организаций).

Среднее профессиональное образование направлено на подготовку квалифицированных рабочих, служащих и специалистов среднего звена.

Сложности/проблемы экспорта: отсутствует (или слабо развита) государственная система квотирования бюджетных мест в системе СПО для поступающих иностранцев, что также является

сдерживающим механизмом в развитии экспорта образования в СПО.

Особое внимание следует уделить презентации российской системы СПО на международной арене, разработать систему информирования молодежи из других географических регионов о российской системе профессионального образования.

Увеличить долю обучающейся молодежи из различных государств, а не только из стран на постсоветском пространстве.

Внести необходимые изменения в нормативные акты, касающиеся иностранных граждан и миграции (например, оформлять ходатайство о продлении срока временного пребывания и пакета документов к нему однократно по окончании обучения или отчисления по иным причинам).

Активно популяризировать специальности и профессии технической направленности.

Нужно отметить, что первые шаги в данном направлении уже сделаны в рамках приоритетного проекта «Развитие экспортного потенциала российской системы образования» (2017–2025 гг.).

Вторым направлением экспорта российского образования является международное сотрудничество с однопрофильными образовательными организациями, образовательными ассоциациями.

В заключение можно отметить, что данный сектор предоставляет значительные перспективы для региональной экономики. Успешная реализация стратегии развития экспорта образования может способствовать увеличению доходов и повышению статуса образовательных учреждений региона. ■

1. Международное сотрудничество - <https://isu.ru/sveden/inter/>
2. Дедкова Е.Г., Коростелкина И.А. Развитие экспорта образовательных услуг в России / Дедкова Е.Г., Коростелкина И.А. // Вестник Прикамского социального института. — 2018. — № 3(81). — С. 135-138.
3. Численность иностранных студентов в Иркутской области - <https://irkutsk.bezformata.com/listnews/inostrannih-studentov-v-irkutskoj/43214058/>
4. Салтыкова, Ю. А. Демографические проблемы новой реальности России / Ю. А. Салтыкова, О. В. Курганская // Социология. — 2023. — № 3. — С. 101-109. — EDN FHOXAM.
5. Деренко, Н. В. Сравнительный анализ инструментов управления научно-образовательной деятельностью в российских университетах / Н. В. Деренко // Бизнес-образование в экономике знаний. — 2023. — № 1(24). — С. 13-17. — EDN KAQMQL.
6. Ивашутина, Е. Е. Экспорт услуг образования / Е. Е. Ивашутина, Н. Б. Грошева // Вестник Иркутского университета : Сборник статей / Редколлегия: Н.В. Амбросов [и др.]. Том Выпуск 26. — Иркутск : Иркутский государственный университет, 2023. — С. 87-88.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Дедкова Е.Г., Коростелкина И.А. Развитие экспорта образовательных услуг в России / Дедкова Е.Г., Коростелкина И.А. // Вестник Прикамского

социального института . — 2018. — № 3(81). — С. 135-138.

Деренко, Н. В. Сравнительный анализ инструментов управления научно-образовательной деятельностью в российских университетах / Н. В. Деренко // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2023. – № 1(24). – С. 13-17. – EDN KAQMQL.

Ивашутина, Е. Е. Экспорт услуг образования / Е. Е. Ивашутина, Н. Б. Грошева // Вестник Иркутского университета : Сборник статей / Редколлегия: Н.В. Амбросов [и др.]. Том Выпуск 26. – Иркутск : Иркутский государственный университет, 2023. – С. 87-88.

Международное сотрудничество -
<https://isu.ru/sveden/inter/>

Салтыкова, Ю. А. Демографические проблемы новой реальности России / Ю. А. Салтыкова, О. В. Курганская // Социология. – 2023. – № 3. – С. 101-109. – EDN FHOXAM.

Численность иностранных студентов в Иркутской области -
<https://irkutsk.bezformata.com/listnews/inostrannih-studentov-v-irkutskoj/43214058/>

Export of education services as a direction of non-raw resource exports of the Irkutsk region

© Zharikova V., Ivashutina E., Kuklin A., Nemokaev A., 2024

Russia remains an important and one of the largest players in the global educational services market, ranking fifth in the world in terms of the number of foreign students. Last year, 324 thousand foreign students studied in Russia, which is about 4.6 % of the global educational market. Over 10 years, the number of foreign students almost doubled, and since the beginning of the 2000s it has increased 7.8 times (at that time, just under 2 % of foreign students in the world studied in Russia). Foreign students are not only an indicator of international recognition of the level and quality of Russian education, but also bring a number of additional benefits. Attracting foreign students contributes to improving the academic abilities of students and improves the quality of scientific research. From a financial and economic point of view, this is a source of income for universities, and at the regional and state level, thanks to expenses for accommodation, food, leisure and entertainment, it is also a contribution to the economy. According to various estimates, the contribution of foreign students to the Russian economy can be over 150 billion rubles. Recruiting international students can offset and smooth out negative demographic trends, and also helps attract talent to the country. Perhaps among the most significant advantages in the current conditions is soft power. Upon returning to their homeland, such students become a source of promoting the values of the country where they studied.

If we look at the geography of foreign students (CIS, China and India, the Arab world, Southeast Asia), we understand that Russia will remain an important provider of educational services. Thus, the topic of export of education services discussed in this article is as relevant as possible

Keywords: export of education services, non-resource exports of the Irkutsk region, development of non-energy exports

УДК 339.13

АКТУАЛЬНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТА МАРКЕТИНГА В МЕДИЦИНСКОЙ СФЕРЕ

© Зеель А. В., Ивачёв К. П., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье рассматривается актуальность внедрения мобильного приложения как инструмента маркетинга в медицинской сфере, анализируются преимущества использования мобильных приложений и эффективность. Основное внимание уделяется вопросам повышения качества обслуживания, оптимизации рабочих процессов и расширения клиентской базы. Важность применения мобильных технологий в медицине, их влияние на эффективность маркетинговых стратегий и перспективы развития данного направления обсуждаются в статье. Внедрение мобильных приложений в сфере здравоохранения растет, спрос на них увеличивается, что можно наблюдать как российской, так и в зарубежной практике.

Ключевые слова: маркетинг, мобильные приложения, медицина, клиенты, медицинский бизнес, конкуренция, продвижение

С каждым годом рынок мобильных приложений развивается все быстрее, привлекая все больше пользователей. Данные крупнейших магазинов приложений, таких как AppStore и Google Play, за последние 5 лет свидетельствуют о наличии более 5 миллионов приложений [3].

Мобильные устройства постепенно заменяют компьютеры, благодаря расширению функционала и наличию мобильных приложений, теперь они

позволяют нам общаться с друзьями, получать информацию из интернета, создавать документы, делать покупки и использовать различные услуги. Как в личных, так и в рабочих целях телефон становится неотъемлемой частью нашего общества, а компании могут получать прибыль с помощью мобильных приложений. Сегодня разработка мобильных приложений имеет важное значение для бизнеса, мобильные приложения изменили способ его ведения. Приложения позволили клиентам

быстрее получать информацию о предложении и одновременно оставаться на связи и быть в курсе об акциях, новинках и т.д. Приложения важны для расширения охвата аудитории и одновременного обеспечения широкого распространения бизнеса.

Что показывает статистика: число загрузок мобильных приложений, достигло 258 миллиардов в 2022 году, что примерно на 45 % больше, чем в 2018 году; поскольку использование мобильных приложений растет, в 2022 году отрасль получила около 156 миллиардов долларов и даже больше за счет покупок клиентов.

Мобильные приложения представляют собой программное обеспечение, разработанное для функционирования на мобильных устройствах, которое выполняет определенные задачи для пользователей. С появлением платформы AppStore около 15 лет назад, мобильных приложений стало появляться все больше и больше, они стали заменять услуги, которые обычно используются на персональных компьютерах. Мобильные приложения изменили жизнь во всех сферах, будь то бизнес, работа, личная жизнь или общение людей, они повысили качество получения товаров и услуг.

Без сомнения, количество пользователей мобильных приложений будет продолжать расти, поскольку это удобно и практично, множество задач можно выполнить удаленно, а мобильные телефоны стоят дешевле компьютеров. Например, Uber кардинально изменил отрасль такси своим мобильным приложением. Капитализация Uber превысила капитализацию Ford уже в 2016 году, и против них начали подавать иски, а конкуренты устраивали митинги. Все это произошло потому, что приложение сделало предоставление услуг такси проще и быстрее, например, можно выбрать класс автомобиля, узнать местоположение водителя и прочесть его отзывы. И эта идея стала массовой, компании по всему миру начали создавать услуги такси аналогичные Uber. Одним из главных преимуществ стало то, что благодаря приложению теперь нет необходимости обращаться к оператору — можно напрямую общаться с водителем.

Существует нативные и веб-приложения. Первые поддерживаются определенной операционной системой, например, iOS или Android, к таким приложениям более высокие требования по стандартам качества и разработке, также они более производительны. Веб-приложения устроены проще, поскольку их установка непосредственно на устройство не требуется, то есть пользователь переходит на веб-страницу, и в серверной базе данных сохраняется информация. Данные приложения используются в HTML5 или CSS. Существуют приложения, которые совмещают в себе как нативные, так и веб-приложения, они гораздо медленнее нативных, но при этом стоят дешевле [2].

Сейчас представлено несколько типов приложений [5]:

- игровые приложения, является самыми скачиваемыми и на них приходится значительная часть загрузок и расходов клиентов.

- повышающие рабочую производительность. Они повышают эффективность бизнеса с помощью автоматизации некоторых процессов, например, рассылки, отложенный выпуск публикаций, и т.д.

- также одними из самых актуальных являются приложения для личного использования, они охватывают различные аспекты нашей личной жизни и социализации, включая знакомства, общение в социальных сетях и просмотр и обмен видео. В эту категорию входят такие известные приложения, как Netflix, TikTok, 2Gis и т.д.

- коммерческие мобильные приложения (М-commerce), с помощью которых можно покупать товары и услуги онлайн стали популярны во время пандемии и с тех пор спрос на них только растет (Самокат, Яндекс. Маркет, Яндекс. Еда и т.д.). Существуют различные туристические приложения, которые позволяют прокладывать маршруты, находить интересные места, бронировать билеты и отели.

В современных условиях наличие мобильного приложения становится неотъемлемым требованием для бизнеса, чтобы привлечь аудиторию, увеличить прибыль и поддерживать миссию организации. Какие цели и задачи мобильного приложения в бизнесе [7]? Одна из целей — повышение узнаваемости компании, так как площадка предоставляет платформу для взаимодействия с клиентами. Приложение может давать информацию о компании, позволять покупать товары или услуги и получать обратную связь от клиентов.

Независимо от того, занимается ли компания онлайн-торговлей или предоставляет услуги, использование приложения может помочь увеличить продажи. В настоящее время онлайн-покупки стали неотъемлемой частью нашей жизни, и предоставление клиентам большего выбора способов покупки может принести компании долгосрочные выгоды. Приложения могут упростить процесс покупки, предложить дополнительные товары и услуги, которые могут заинтересовать покупателей, и создать больше возможностей для общения с клиентами, как новыми, так и постоянными.

Для улучшения лояльности клиентов необходимо заменить устаревшую систему физических карт на мобильное приложение. Таким образом, клиенты смогут легко получить доступ к своей карте и использовать ее через приложение. Одним из главных преимуществ такого приложения является его удобство. С помощью push-уведомлений можно информировать клиентов о специальных акциях, что значительно повышает их лояльность. Простое облегчение доступа к системе лояльности может сделать клиентов более вовлеченными.

Создание приложения может значительно улучшить конкурентоспособность компании, так как не все компании уже приспособились к развитию ИТ-технологий. В современном мире единственный способ выжить — не противостоять новым технологиям, а использовать их быстрее конкурентов [8]. В современном мире, люди стали жить очень быстро, так как ежедневно появляется множество задач, поэтому потенциальные клиенты хотят быстро без лишних кликов, а уж тем более посещений получать услуги, и, если компания не делает свои сервисы максимально удобно, чтобы в пару кликов можно было предоставить услуги, никто не будет ими пользоваться

Сбор данных от пользователей является важным источником информации о рынке и может определять стратегию компании на долгосрочную перспективу. Существует множество способов получения данных от пользователей, и использование приложений является одним из наиболее простых и эффективных подходов. Приложение может быть использовано как инструмент для сбора информации, а также для удовлетворения потребностей клиентов. Сбор данных может быть пассивным, с помощью аналитики, или активным, с использованием push-уведомлений или всплывающих уведомлений в приложении.

Основной целью мобильного приложения для маркетинга является установление взаимоотношений с клиентами и увеличение объемов продаж. Чтобы добиться успеха в маркетинге, необходимо предоставлять клиентам актуальную информацию, то есть рассылки должны быть не навязчивыми и персонализированными [1]. В условиях сильной конкуренции разработчики мобильных приложений стремятся создать уникальный продукт и прилагают много усилий для его продвижения. Для того, чтобы каналы продвижения действительно работали необходимо использовать базовые инструменты, анализ целевой аудитории, стандартные показатели эффективности, стратегическое позиционирование конкурентный анализ, так как правильная стратегия позиционирования сможет успешно продвигать приложение.

Преимущества внедрения мобильного приложения включают:

- повышение эффективности бизнеса и увеличение клиентской базы;
- мобильные приложения упрощают и ускоряют рабочие процессы,
- улучшают коммуникацию между сотрудниками и обеспечивают доступ к информации в любое время и в любом месте, что может привести к увеличению производительности и снижению затрат
- приложения помогают привлекать и удерживать клиентов, предоставляя им удобный и персонализированный сервис;

- могут использоваться для проведения маркетинговых кампаний и анализа поведения пользователей, что позволяет улучшать качество предоставляемых услуг;

- повышение уровня обслуживания клиентов. Мобильные приложения предоставляют клиентам возможность быстрого и удобного общения с компанией, а именно могут задавать вопросы, получать консультацию или оставлять отзывы. Это улучшает репутацию компании и повышает уровень удовлетворенности клиентов.

- расширение географии бизнеса. Мобильные приложения позволяют предоставлять услуги или товары клиентам в любой точке мира, расширяя географическое присутствие компании и открывая новые рынки.

- снижение затрат на инфраструктуру. Вместо создания традиционных веб-сайтов или использования сложных систем управления контентом, компании могут использовать мобильные приложения для предоставления своих услуг и товаров. Это позволяет снизить затраты на оборудование, программное обеспечение и обслуживание.

- Мобильные приложения могут собирать информацию о предпочтениях и поведении пользователей, что позволяет компаниям предоставлять индивидуальные услуги и предложения.

Уникальность мобильного приложения является основой его позиционирования и ценности, определяющих основных конкурентов. После завершения этапа позиционирования необходимо определить целевую аудиторию. Чтобы понять, на кого мобильное приложение окажет наибольшее влияние, необходимо оценить внешнюю среду компании, то есть: возраст аудитории, имидж компании, сегменты рынка, сделать оценку и прогнозов результатов использования приложения, поставить цели, которые компания нужно добиться с помощью приложения [6]. Для разработки стратегии продвижения мобильного приложения необходимо тщательно изучить поведение целевых пользователей в данной сфере. Также требуется провести всесторонний анализ конкурентной среды, поскольку она оказывает значительное влияние на стратегию. Для проведения целевого аудита необходимо составить список конкурентов и ответить на вопросы: «Кого они предполагают своей целевой аудиторией?», «Как они взаимодействуют с аудиторией?» и «Как они позиционируют себя?».

Путем ответов на эти вопросы можно получить более четкое представление о стратегии приложения, так как будет возможность понять основные мотивы конкурентов и их сильные и слабые стороны. Перед запуском мобильного приложения важно провести анализ конкурентов и других данных, чтобы разработать эффективную маркетинговую кампанию. Отслеживание показателей эффективности приложения является

заключительным этапом проекта и важно понимать, что каждое приложение имеет свои уникальные показатели. Разработчику приложения необходимо установить качественные цели и действия пользователей (KPI), чтобы максимизировать отдачу от затрат на установку приложения. Основные ключевые показатели эффективности (KPI) включают в себя [4] CTR, CPA, CPT, CPI, CR, Retention Rate, ARPU и LTV.

В контексте медицинских организаций, мобильные приложения являются мощным средством коммуникации с целевой аудиторией. Они позволяют улучшить сервис, предоставляя возможность записи на прием, информирования о акциях и специальных предложениях, предоставляя подробные исследования и расшифровку результатов анализов, а также введение новых услуг. Благодаря наличию приложения на телефоне клиента, компания может осуществлять общение со своими клиентами в любой точке мира без необходимости использования поисковых систем или посещения сайта. Создание собственного мобильного приложения является важной маркетинговой стратегией, которая позволяет использовать различные рекламные инструменты, например, размещение новостей на соответствующих ресурсах или отправку push-уведомлений. Особенно ценным аспектом в этом контексте является возможность получения обратной связи от пользователей, проведение опросов и возможность пользователей сообщать о возникших ошибках и проблемах.

Внедрение мобильных приложений в медицинский бизнес актуально по следующим причинам:

- сокращение трудоемкости рабочих процессов. Использование мобильного приложения существенно упрощает выполнение задач сотрудниками лаборатории, позволяя им быстро и эффективно обрабатывать заказы, отслеживать результаты анализов и поддерживать связь с клиентами.

- повышение уровня обслуживания. Клиенты лаборатории теперь могут получать информацию о своих заказах и результатах анализов через мобильное приложение, что повышает качество обслуживания и уменьшает количество обращений в службу поддержки.

- увеличение объема продаж: Мобильное приложение дает возможность лаборатории предлагать дополнительные услуги и продукты, такие как консультации со специалистами, заказ лекарств и другие, что способствует увеличению объема продаж и доходности компании.

- мобильное приложение предоставляет возможность проведения маркетинговых кампаний, анализа поведения пользователей и определения наиболее популярных услуг и продуктов, что способствует оптимизации работы лаборатории в области маркетинга и аналитики.

- использование мобильного приложения позволяет контролировать качество работы лаборатории, отслеживать сроки выполнения анализов и соблюдение стандартов безопасности, что способствует повышению контроля качества в лаборатории.

Вывод: внедрение мобильного приложения в медицинский бизнес является перспективным и актуальным направлением, которое существенно улучшает работу лаборатории и повышает удовлетворенность клиентов.

Рост популярности мобильных приложений в области медицины возрастает, позволяя клиентам получать удаленные консультации от врачей без необходимости поездки на десятки километров в поликлинику для получения того же результата от офлайн-врача. В 2018 году компания МТС и клиника Медси представили приложение SmartMed, которое специализируется на онлайн-консультациях, записи на прием и ведении истории болезней. Этот сервис очень удобен для тех, кто не желает обращаться за консультацией к офлайн-врачу, поскольку можно связаться с врачом онлайн в любое время через чат или видеосвязь.

С помощью данного сервиса также можно установить напоминание о визите к врачу и вызвать врача на дом. Специалист прибывает быстрее, чем сотрудник государственной больницы. Клиент может получить консультацию, определить свои дальнейшие действия и необходимые обследования в кратчайшие сроки и по более доступной цене. За три года с момента запуска приложения было загружено 1 миллион раз, а с начала пандемии было проведено около 65 000 консультаций врачей. В зарубежном пространстве также пользуются популярностью медицинские приложения, особенно приложения психотерапевтических клиник.

К примеру, Teladoc стала одной из первых компаний в Соединенных Штатах, предлагающих услуги телемедицины. Она была основана на принципе, что каждый человек должен иметь возможность получить лучшую медицинскую помощь в любой точке мира, в соответствии с собственными условиями. С самого начала основной целью компании было связать людей с сертифицированными врачами, лицензированными терапевтами и психиатрами, которые могут предоставить удобную и доступную онлайн медицинскую помощь. С тех пор Teladoc значительно выросла и сейчас обслуживает около 40 миллионов клиентов в США, Канаде и других странах. В приложении имеется возможность записаться на консультации с врачом или провести онлайн-консультацию. Кроме того, функция подбора аптеки в соответствии с рецептом врача значительно облегчает поиск необходимых лекарств. Теперь возможно выбрать аптеку, где доступны все необходимые препараты.

Таким образом, тенденции в области цифрового здравоохранения показывают, что пациенты обращаются к своим смартфонам больше, чем

когда-либо за онлайн консультациями врачей, рецептами и отслеживанием общего состояния здоровья. Медицинские приложения обеспечивают неоспоримое удобство, которое ценят пациенты. Инновации в мобильных технологиях здравоохранения предлагают пациентам снижение затрат, быстрый доступ к клинике и возможность больше контролировать свое здоровье. Мобильные медицинские приложения для пациентов с хроническими заболеваниями, такими как диабет, ожирение и болезни сердца, предоставляют данные, которые меняют их жизнь к лучшему. Доступ к приложениям, которые отслеживают их ежедневные номера и прогресс, позволяет пациентам и врачам лучше определять методы лечения. ■

1. Акулич М. Мобильный маркетинг / М. Акулич. – Москва: Издательские решения, 2018. – С. 160.
2. Акулич М. Успешная разработка и запуск мобильных приложений / М. Акулич. – Москва: Издательские решения, 2020. – С. 60.
3. Анищенко С.Ю. Анализ объемов и динамики мобильных приложений / С.Ю. Анищенко // Экономика и право. - 2018. - С. 117-120.
4. Афонин Т.Р. Мобильная разработка. Кто управляет рынком мобильных приложений / Т.Р. Афонин // Современная экономика. - 2017. - С. 7-20.
5. Бабаев А. Качай деньги. Маркетинг мобильных игр и приложений / А. Бабаев {и др.}. – Москва: Appintop, 2017. - С. 278.
6. Гилева М.В. Россия на рынке мобильной разработки. Теория и практика современной конъюнктуры технологической сферы экономики / М.В. Гилева // Новая наука. Том Экономика. - 2018. - С. 45-55.
7. Ленград И. Мобильный маркетинг для бизнеса. Как зарабатывать больше на клиентах и конкурентах / И. Ленград. – Москва: Издательские решения, 2016. - С.120.
8. Семенчук В. Мобильное приложение как инструмент бизнеса / В. Семенчук. – Москва: Альпина Паблишер, 2017. – С. 270.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Акулич М. Мобильный маркетинг / М. Акулич. – Москва: Издательские решения, 2018. – С. 160.

Акулич М. Успешная разработка и запуск мобильных приложений / М. Акулич. – Москва: Издательские решения, 2020. – С. 60.

Анищенко С.Ю. Анализ объемов и динамики мобильных приложений / С.Ю. Анищенко // Экономика и право. - 2018. - С. 117-120.

Афонин Т.Р. Мобильная разработка. Кто управляет рынком мобильных приложений / Т.Р. Афонин // Современная экономика. - 2017. - С. 7-20.

Бабаев А. Качай деньги. Маркетинг мобильных игр и приложений / А. Бабаев {и др.}. – Москва: Appintop, 2017. - С. 278.

Гилева М.В. Россия на рынке мобильной разработки. Теория и практика современной конъюнктуры технологической сферы экономики / М.В. Гилева // Новая наука. Том Экономика. - 2018. - С. 45-55.

Ленград И. Мобильный маркетинг для бизнеса. Как зарабатывать больше на клиентах и конкурентах / И. Ленград. – Москва: Издательские решения, 2016. - С.120.

Семенчук В. Мобильное приложение как инструмент бизнеса / В. Семенчук. – Москва: Альпина Паблишер, 2017. – С. 270.

The relevance of the introduction of a mobile application as a marketing tool in the medical field

© Zeel A., Ivachev K., 2024

The article analyzes the trend in the development of business communications with customers as an opportunity to effectively build a company's relationship with consumers using various tools. New types of tools are being considered that can be used to provide unusual customer support and analyze the number of clients covered. The material describes both technologies that have been on the market for a long time, as well as completely new business models and applications. Technology development is one of the important processes that customers are increasingly implementing into their lives, trying to simplify it. Companies, in turn, are also trying to implement these technologies in order not to lose touch with customers, develop loyalty and automate business processes.

Keywords: marketing, mobile applications, medicine, customers, medical business, competition, promotion

УДК: 338.28

БЕЗУСЛОВНЫЙ БАЗОВЫЙ ДОХОД: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ

© Иваник Е. Д., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье рассмотрено понятие Безусловного базового дохода (ББД) — это социальная концепция, которая предполагает регулярную выплату определенной суммы денег каждому члену определенного сообщества со стороны государства. Выплаты производятся всем членам сообщества, вне зависимости от уровня дохода и без необходимости выполнения работы. Идея ББД имеет давнюю историю и была поддержана разными мыслителями и политиками. В последние годы в разных странах проводились эксперименты по введению ББД или его аналогов, но их результаты неоднозначны. В статье представлен анализ международного опыта в таких странах, как: Испания, Канада, Швейцария, Австралия, Япония, Финляндия, Иран, Китай, Индия, Страны Африки и США. Были рассмотрены различные аспекты ББД, такие как: цели,

формы, размеры, источники финансирования, эффекты на экономику, занятость, бедность, здоровье и социальное благополучие. Анализа показал, что разные страны имеют разный опыт и подход к реализации Безусловного базового дохода или его аналогов. Некоторые страны уже провели или планируют провести эксперименты по ББД на ограниченном числе людей или территорий. Но есть те, кто отказывается от концепции ББД. Также были проанализированы данные опроса российских специалистов по вопросу введения в России ББД или похожих методов снижения экономического неравенства. Опрос показал, что почти половина опрошенных респондентов поддерживают идею ББД, но считают, что она требует дополнительных исследований. В конце статьи были сделаны выводы для дальнейшей работы.

Ключевые слова: безусловный базовый доход, налоги, пособия, государство, социальное благополучие, анализ, экономического неравенство

Безусловный базовый доход (ББД) — это социальная концепция, которая предполагает регулярную выплату определенной суммы денег каждому члену определенного сообщества со стороны государства. Выплаты производятся всем членам сообщества, вне зависимости от уровня дохода и без необходимости выполнения работы.

Идея ББД имеет давнюю историю и была поддержана разными мыслителями и политиками. В последние годы в разных странах проводились эксперименты по введению ББД или его аналогов, но их результаты неоднозначны. Сторонники ББД считают, что он может повысить уровень жизни населения, снизить бедность и неравенство, стимулировать экономическую активность и творчество. Противники ББД возражают, что он может привести к росту инфляции, сокращению рабочих мест, демотивации к труду и образованию, увеличению налогового бремени [2, с. 12-20].

В последние годы в разных странах проводились эксперименты по введению ББД или его аналогов. Например, с 2017 по 2019 год в Финляндии был реализован пилотный проект, в рамках которого 2000 безработных получали ежемесячно по 560 евро [4]. Целью эксперимента было изучить влияние ББД на занятость и благосостояние участников. По результатам исследования ББД не повысил занятость участников, но улучшил их психологическое состояние и снизил стресс. В Канаде в 2018 году был запущен эксперимент по предоставлению минимального дохода (*guaranteed income*) жителям провинции Онтарио с низкими доходами [4, с. 20]. Около 4000 человек получали от 16 тысяч до 24 тысяч канадских долларов в год в зависимости от семейного положения. Эксперимент был прекращен досрочно новым правительством провинции из-за высокой стоимости и отсутствия результата. В Иране с 2010 года действует система выплаты наличных субсидий всем гражданам взамен на отмену льготных цен на топливо и другие товары [4]. Размер выплат составляет около 29 долларов США на человека в месяц. По данным Всемирного банка, эта мера помогла сократить бедность и неравенство, а также повысить занятость женщин и молодежи. Однако она также привела к росту инфляции и уменьшению производительности труда [3, с. 30].

В разных странах также обсуждаются возможные перспективы введения ББД или его модификаций. Например, в Испании правительство планирует запустить программу минимального

жизнеобеспечения (*ingreso mínimo vital*) для борьбы с последствиями пандемии коронавируса. Программа предусматривает ежемесячную выплату от 462 до 1 015 евро для самых уязвимых домохозяйств [3, с. 62]. В США некоторые политики и общественные деятели выступают за предоставление универсального базового дохода или временной поддержки населения для стабилизации экономики и помощи людям, пострадавшим от кризиса. Например, бывший кандидат в президенты Эндрю Янг предлагал выплачивать каждому американцу старше 18 лет по 1 000 долларов США в месяц без каких-либо условий [7].

В Индии с 2019 года реализуется программа PM-KISAN, которая предусматривает выплату фермерам по 6 000 рупий (около 80 долларов США) в год в три этапа. Программа охватывает около 145 миллионов фермерских семей и является одной из крупнейших в мире по числу получателей [4]. В Южной Африке с апреля по октябрь 2020 года была введена временная социальная помощь для безработных в размере 350 рэндов (около 24 долларов США) в месяц [5]. Помощь была продлена до января 2021 года из-за продолжения пандемии. Помимо этого, правительство также увеличило размеры других видов социальных трансфертов. В Австралии с апреля по сентябрь 2020 года была запущена программа JobKeeper Payment, которая предоставляла работодателям финансовую поддержку для сохранения рабочих мест своих работников. Размер поддержки составлял от 750 до 1 200 австралийских долларов (от 580 до 930 долларов США) раз в две недели на одного работника. В Японии правительство выделило одноразовую выплату в размере 100 тысяч иен (около 930 долларов США) каждому гражданину в качестве поддержки в условиях пандемии. Правительство также предоставило субсидии малому и среднему бизнесу, а также выплаты медицинским работникам. В Китае правительство не вводило универсального базового дохода, но предприняло ряд мер для поддержки населения и экономики в кризисный период. Среди них: снижение налогов и социальных взносов, расширение социальных льгот и выплат для малоимущих групп населения, выдача потребительских купонов для стимулирования спроса [1, с. 65]. В Швейцарии в 2016 году был проведен референдум по вопросу о введении ББД для всех граждан страны. Предлагалось

выплачивать каждому человеку по 2 500 швейцарских франков (около 2 700 долларов США) в месяц без каких-либо условий. Однако большинство избирателей (76,9 %) отвергли эту идею [3, с. 85]. В Намибии с 2008 по 2009 год был проведен эксперимент по ББД в одном из самых бедных районов страны — Отяваронго. Каждый житель получал по 100 намибийских долларов (около 7 долларов США) в месяц без каких-либо условий. По результатам эксперимента ББД привел к уменьшению бедности, увеличению занятости, улучшению здоровья и образования [4].

Таким образом, можно видеть, что разные страны имеют разный опыт и подход к реализации ББД или его аналогов. Некоторые страны уже провели или планируют провести эксперименты по ББД на ограниченном числе людей или территорий. Другие страны предоставляют временную или целевую помощь населению для смягчения последствий кризиса или повышения благосостояния определенных групп. Но есть те, кто отказывается от концепции ББД из-за высокой стоимости, сложности реализации или нежелания менять социальную модель.

В России вопрос введения ББД также обсуждается разными экспертами и политиками, но пока не имеет широкой поддержки. Был проведен опрос российских экспертов из разных сфер деятельности по поводу основных аспектов концепции ББД и ее перспектив для России [6]. По результатам опроса, почти половина экспертов высказались в пользу целесообразности реализации в нашей стране переходных форм ББД, чуть меньшая группа экспертов полагает, что Россия в принципе не готова к введению ББД [6]. Первоочередные цели возможного введения ББД в России эксперты связывают, прежде всего, со смягчением (преодолением) проблем бедности и социально-экономического неравенства, обеспечением минимального уровня жизни уязвимых категорий населения, обеспечением социальной справедливости (права на жизнь, равных возможностей). Выявлена поддержка идеи реализации пилотного проекта (пилотных проектов) по введению ББД [6].

Однако есть и ряд трудностей и рисков для реализации ББД в России. Среди них можно выделить следующие:

- отсутствие четкого определения и критериев ББД;
- необходимость значительного увеличения налогового бремени для финансирования ББД;
- возможное снижение трудовой мотивации и активности населения;
- возможный рост инфляции и девальвации национальной валюты;
- возможное ухудшение демографической ситуации;
- возможное усиление коррупции и бюрократии при распределении выплат.

Таким образом, концепция безусловного базового дохода является актуальной и спорной

темой для мировой и российской экономики. Ее сторонники видят в ней способ повышения благосостояния населения, справедливости и свободы выбора. Ее противники опасаются негативных последствий для бюджета, занятости и стабильности. Эксперименты по введению ББД или его аналогов показывают разные результаты в зависимости от условий проведения. В России пока нет единого мнения о целесообразности или готовности к введению ББД. Безусловно, необходимо провести дальнейшее исследование потенциальных эффектов такой меры для разных групп населения и отраслей экономики. ■

1. Gentilini U., Grosh M., Rigolini J., Yemtsov R. Exploring Universal Basic Income: A Guide to Navigating Concepts, Evidence, and Practices. Washington, DC: World Bank. 2020. - 312 стр.

2. Standing G. Basic Income: And How We Can Make it Happen. London: Pelican Books. 2017. - 400 стр.

3. Widerquist K. A Critical Analysis of Basic Income Experiments for Researches, {Policymakers and Citizens. London: Palgrave Macmillan. 2018. - 178 стр.

4. ББД и международный опыт: [Электронный ресурс] – Режим доступа: Безусловный базовый доход: что это, возможно ли введение ББД в России ([HYPERLINK «https://journal.tinkoff.ru/guide/unconditional-basic-income/»](https://journal.tinkoff.ru/guide/unconditional-basic-income/)tinkoff.ru [HYPERLINK «https://journal.tinkoff.ru/guide/unconditional-basic-income/»](https://journal.tinkoff.ru/guide/unconditional-basic-income/)) (Дата обращения 13.11.2023)

5. ББД Индии: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://pmkisan.gov.in/> (Дата обращения 15.11.2023)

6. Статья про ББД : [Электронный ресурс] – Режим доступа: РОССИЙСКИЕ ЭКСПЕРТЫ О БЕЗУСЛОВНОМ БАЗОВОМ ДОХОДЕ: ОЦЕНКИ 2020 Г. (cyberleninka.ru) (Дата обращения 20.11.2023)

7. Статья про ББД : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/bazovyy-dohod-kak-otvet-na-novye-ekonomicheskije-vyzovy/viewer> (Дата обращения 20.11.2023)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Gentilini U., Grosh M., Rigolini J., Yemtsov R. Exploring Universal Basic Income: A Guide to Navigating Concepts, Evidence, and Practices. Washington, DC: World Bank. 2020. - 312 стр.

Standing G. Basic Income: And How We Can Make it Happen. London: Pelican Books. 2017. - 400 стр.

Widerquist K. A Critical Analysis of Basic Income Experiments for Researches, {Policymakers and Citizens. London: Palgrave Macmillan. 2018. - 178 стр.

ББД и международный опыт: [Электронный ресурс] – Режим доступа: Безусловный базовый доход: что это, возможно ли введение ББД в России ([HYPERLINK «https://journal.tinkoff.ru/guide/unconditional-basic-income/»](https://journal.tinkoff.ru/guide/unconditional-basic-income/)tinkoff.ru [HYPERLINK «https://journal.tinkoff.ru/guide/unconditional-basic-income/»](https://journal.tinkoff.ru/guide/unconditional-basic-income/)) (Дата обращения 13.11.2023)

ББД Индии: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://pmkisan.gov.in/> (Дата обращения 15.11.2023)

Статья про ББД : [Электронный ресурс] – Режим доступа: РОССИЙСКИЕ ЭКСПЕРТЫ О БЕЗУСЛОВНОМ БАЗОВОМ ДОХОДЕ: ОЦЕНКИ 2020 Г. (cyberleninka.ru) (Дата обращения 20.11.2023)

Статья про ББД : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/bazovyy-dohod-kak-otvet-na-novye-ekonomicheskie-vyzovy/viewer> (Дата обращения 20.11.2023)

Universal basic income: international experience

© Ivanik E., 2024

This article discusses the concept of Universal Basic Income (UBI), which is a social concept that implies a regular payment of a certain amount of money to each member of a certain community by the state. The payments are made to all

members of the community, regardless of income level and without the need to perform work. The idea of UBI has a long history and has been supported by various thinkers and policy makers. In recent years, experiments have been conducted in different countries to introduce UBI or its analogs, but their results are mixed. This article presents an analysis of international experiences in countries like: Spain, Canada, Switzerland, Australia, Japan, Finland, Iran, China, India, Africa and USA. Various aspects of UBI were examined, such as: objectives, forms, size, sources of funding, effects on the economy, employment, poverty, health and social well-being. The analysis showed that different countries have different experiences and approach to implementing Universal Basic Income or its analogs. Some countries have already conducted or are planning to conduct experiments on UBI on a limited number of people or territories. But there are those who refuse from the concept of UBI. Also were analyzed the data of a survey of Russian experts on the implementing of UBI or similar methods of reducing economic inequality in Russia. The survey showed that almost half of the respondents support the idea of UBI, but believe that it requires additional research. At the end of the article conclusions were drawn for further work.

Keywords: Universal Basic Income, taxes, benefits, state, social welfare, analysis, economic inequality

УДК 336.741.24

КРИПТОВАЛЮТЫ В БИЗНЕСЕ

© Ильин К. И., Луганская Е. В., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье рассматриваются криптовалюты, которые стали очень популярными в течение последних пяти лет. В частности, автор фокусируется на бизнес-аспекте цифровых валют и рассматривает их возможную интеграцию в деятельность компаний. Рассмотрев преимущества и недостатки криптовалют, а также различные варианты их применения, автор переходит к изучению реальных примеров использования. Кроме того, на основании результатов опроса и интервью с криптоэкспертом, в статье описывается опыт их использования экспертами и анализируется потенциал применения этого инструмента в России.

Ключевые слова: криптовалюты, бизнес-сфера, бизнес-применения

Cryptocurrencies have become very popular over the last five years, and many professional financial experts have started studying the crypto-sphere and share new knowledge by writing articles for journals. Moreover, Bitcoin's popularity has increased public interest in the digital money so much that the topic is now studied not only by experts, but also by other non-specialists.

The purpose of the paper was to examine if integrating cryptocurrencies into the business sphere can significantly upgrade companies' current situation and change the way they operate in general. As Norton and Kaduthanum (n.d.) predict, different digital tools, including cryptocurrencies, will redirect the vector of the current financial system making it more flexible (Norton & Kaduthanum, n.d.); as a result, when the entire financial system gets significantly changed, all companies will have to adapt to that shift.

Literature Review

For more objectivity, the research dwelled on studies of both Russian and foreign authors. The literature analysis on cryptocurrencies allowed pointing out two main topics discussed by both crypto-enthusiasts and

practitioners: advantages and disadvantages of cryptocurrencies and various uses of such digital tokens. The first crucial advantage that almost all studies point out is decentralization. Tambe and Jain (2023), authors associated with Indian department of Forbes Advisor, note that decentralization is a characteristic that is provided as a means to combat monopoly and bring certain «freedom», which is explained as the independence from governments or other centralized entities (Tambe & Jain, 2023). This advantage characterizes cryptocurrencies as an excellent financial means minimizing bureaucracy, high commissions, and dependence on global policy. However, it is very important to pay attention to a negative effect of decentralization. The team of Indodax (2023), a crypto-academy and crypto-exchange, insist that the absence of any regulators always leads to the emergence of a structure where no one can protect crypto-users from scammers and bugs (Get to Know What Decentralization is in Crypto Assets, 2023). Federal Trade Commission of the US (2022) also warns those interested in digital currencies that decentralization can have a negative effect:

Cryptocurrency payments do not come with legal protections. Credit cards and debit cards have legal protections if something goes wrong. For example, if you need to dispute a purchase, your credit card company has a process to help you get your money back. Cryptocurrencies typically do not come with any such protections (What to Know about Cryptocurrencies and Scam, 2022).

The quotation makes it clear that decentralization cannot be provided as an indisputable advantage of cryptocurrencies, and it is hardly possible to suppose that big corporations will risk their money without any outputs. Nevertheless, many crypto-enthusiasts believe that the currencies of the future have more reliable advantages. Tambe and Jain (2023) point out another positive feature of cryptocurrencies — diversity, which is more reliable (Tambe and Jain, 2023). The team of Exmo (2023), a Russian large crypto-exchange, state that there are a lot of crypto-coins, so it is better to design a crypto-portfolio consisting of different coins (What is Diversification on the Crypto Market? 2023). So, companies looking for a tool for diversifying a list of their assets may consider crypto as a great diversity tool. Other authors, whose attitude to crypto is not so positive, draw attention to the fact that not only do cryptocurrencies have comprehensively positive aspect but they also provide a unique risk that is called the «51 % attack.» Frankenfield (2023) explains that «a 51 % attack is an attack on a cryptocurrency blockchain by a group of miners who control more than 50 % of the network's mining hash rate. Owning 51 % of the nodes on the network theoretically gives the controlling parties the power to alter the blockchain» (Frankenfield, 2023). In other words, such a group controlling more than 50 % of the currency traffic is able to break down any transaction made with the help of that coin, cancel completed transactions, and so on. Although the risk of such an attack is little enough, it is another milestone in the decision-making process associated with integrating crypto into an organization's environment.

Another issue that should be examined when cryptocurrencies are considered as a business tool is ecological influence. Anderson's (2023) point is that all crypto-miners, people or organizations producing crypto coins by using computers and other devices to process data related to crypto-transactions, release 140 million metric tons of CO₂ annually. She also pays attention to the fact that the volume is comparable with CO₂ emissions of entire countries (Anderson, 2023). Because the whole world is going green and paying much attention to reducing the climate footprint, using cryptocurrencies might be a huge reputational risk for any organization. That seems to be the greatest disadvantage of cryptocurrencies when they act as a tool within an organization's environment. On the other hand, that does not mean that the entire crypto-industry is not for business. As Casper (n.d.) explains, there are green blockchains, which are «blockchains whose consensus mechanism does not contribute significantly to climate change through greenhouse emissions» (A

Brief Guide to Green Blockchain Technology, n.d.). In other words, that is an alternative to currencies that are based on mechanisms consuming much energy. For example, Ethereum (2023), which is the second large cryptocurrency after Bitcoin, has recently transited to Proof of Stake, which is one of the green blockchains, so its CO₂ release will not be significant anymore (Ethereum, 2023). Overall, it is possible to state that several cryptocurrencies may be used as a business tool but there are some risks related to the green community, which is able to spoil any company's reputation. Finally, some authors and crypto-enthusiasts believe that the most interesting application of cryptocurrencies for businesses is using it as a payment method. Russian professors Belykh and Egorova (2019) who carried out research on this topic conclude that cryptocurrencies have a significant potential to become a wide-spread method of paying but there are a lot of legal and technical issues making such an application of crypto hardly possible (Belykh & Egorova, 2019). In other words, it is still difficult to state that cryptocurrencies are a reliable means to conduct transactions.

All in all, the analysis of literature on cryptocurrencies revealed that it is difficult to make a univocal conclusion whether cryptocurrencies have a high potential at being integrated into the business sphere. Most studies state that using the crypto may become a great opportunity for companies of all types; however, there are also many other authors that find this opinion controversial. Summarizing the consideration of cryptocurrencies from the business perspective, this financial tool has lists of both advantages and disadvantages. Even though there are a few significant weaknesses, including decentralization's negative effect, a 51 % attack, and some coins' ecological damage, most of reliable cryptocurrencies provide a number of business-opportunities based on the outlined strengths, such as general decentralization, diversity of coins, and variable list of applications. As a result, it is crucially important to consider the practical aspect of cryptocurrencies in business.

Methods

The paper used the triangulation methodology to analyze if cryptocurrencies are a useable tool within a company. The methods included a qualitative analysis of several global companies using cryptocurrencies within their business environments, a survey of five cryptocurrency practitioners, and an interview with a crypto-expert.

The first method was the analysis of real cases of applying cryptocurrencies in global companies, including Crypto Emporium, Microsoft, BitDials, American Red Cross, and Ralph Lauren. Due to the fact that the outlined companies' applications of cryptocurrencies are various enough, this method allowed considering the above-mentioned diversity of cryptocurrencies.

The purpose of the survey was to examine the experience of using cryptocurrencies in business 4–5 years ago when it was possible. The respondents were

five juniors and seniors who used to invest in coins. The survey contained five close- and open-ended questions: «Would you say that cryptocurrencies are in demand today?», «Do cryptocurrencies have a potential to become a useful tool within today's business sphere?», «As an entrepreneur, would you use cryptocurrencies as a financial tool in your company?», «How would you integrate them?», «Which type of cryptocurrencies (coins, tokens, stable coins, etc.) fits well the business sphere?» This method allowed gathering psychographic data concerning the respondents' general attitude to cryptocurrency and intention data disclosing the subjects' vision of how to use such coins in business.

The last method, the interview, was aimed at getting more specific information about today's condition of cryptocurrencies in general and their potential use in Russia in particular. The questions focused on advantages and disadvantages of cryptocurrencies, his cryptocurrency market forecasting, and some business applications of the most popular coins. The questions were as follows: «What are three crucial advantages of cryptocurrencies from your perspective?», «What are three key disadvantages of cryptocurrencies?», «Is decentralization an advantage or disadvantage?», «Is it legal to use cryptocurrencies as a payment method in Russia?», «Do cryptocurrencies look like a good asset for a company?», «Do you know any examples of business-applications of cryptocurrencies?», «Are there any applications for crypto other than investing?», «What are the best coins for businesses?»

To sum up, all the methods allowed to consider the issue of using cryptocurrencies at a company from different perspectives and collect relevant data.

Results

For more objectivity and clarity, it is necessary to outline a set of parameters for the comparison: the market segments in which the above-mentioned companies operate, the use of the digital money as a payment method, and other possible applications of cryptocurrencies.

Considering the first parameter, the companies under study work in various market segments. While both Crypto Emporium and BitDials are classified as completely crypto-based marketplaces, the other companies differ significantly. Microsoft is one of the biggest retailers of various technology products, including operational systems, laptops, software, and so on. Ralph Lauren is «an American publicly traded fashion company that was founded in 1967 by American fashion designer Ralph Lauren» (Ralph Lauren Corporation, n.d.). Finally, American Red Cross is a large nonprofit organization whose primary activity is providing vital services for those in need (About Us, n.d.).

The next parameter of the case study is the companies' practice of using digital currencies as a payment method. Although some companies' processes of accepting crypto payments are not quite valid and universal, it is possible to state that all the companies involved in the analysis allow paying with various tokens; however, two organizations impose significant

restrictions. Specifically, the way of accepting crypto-payments by American Red Cross is overcomplicated since the company needs a third party to accept the payments; in other words, American Red Cross still uses another person to receive crypto donations, which is outdated. However, Crypto Emporium, Microsoft, and BitDials deal with professional companies that established the automated payment-processing systems, such as BitPay. As for Ralph Lauren, its integration into cryptocurrencies is significantly less noticeable than that of the others due to the fact that it does not allow paying with the digital money online. The only way to pay for Ralph Lauren's clothing items with crypto is to attend the store in Miami and ask the salesman to process this payment.

Thus, some of the companies found other ways of implementing cryptocurrencies in order to develop non-financial aspects, such as marketing and general PR. Although Ralph Lauren decided not to pay much attention to using crypto as a payment method, the company accented on the key technology of cryptocurrencies in general, which is blockchain, and launched an NFT-collection. In other words, Ralph Lauren diversified its pool of applications of crypto tools and strategically develops both financial and PR directions. Another way of implementing cryptocurrencies is making a crypto-based reward program that functions as a typical loyalty program but rewards its users with crypto coins rather than bonuses. It was put into practice by Crypto Emporium. Even though the company was able to develop such a program as others do, it not only implemented a new technology but also supported its general marketing area, which is positioning itself as a crypto-platform.

The next method was the survey. To make it more objective and diversified, a list of surveyed people involved 5 practitioners that are well experienced in the sphere of cryptocurrencies.

Examining the respondents' answers to the first question, all of them stated that cryptocurrencies are in demand; moreover, some of the experts supposed that this asset is getting more popular daily.

Answering the next question, all the respondents consider that the digital currencies are applicable within the business sphere. However, the experts did not concur when they answered the third question, disclosing the idea of integrating cryptocurrencies into a company from a businessman's perspective. While four respondents admitted that they would use cryptocurrencies as a financial tool within their companies, one of the experts replied that using cryptocurrencies as a business financial tool is not the best application.

Considering the answers to the next question, the respondents' ideas of how to use cryptocurrencies in the business environment were various and comprehensive. While the first expert replied that cryptocurrencies might be used as an element of today's marketing campaigns only, the second respondent was sure that crypto-coins should be implemented as a financial tool. Another application provided by the third practitioner

was designing platforms that are generally based on cryptocurrencies, which are similar to the mentioned-above Crypto-Emporium and BitDials. The fourth expert considered cryptocurrencies both as a financial and investment tool. Finally, the last respondent provided a list of applications that fit today's business sphere well: using smart contracts as a means of international trading, saving a company's funds, and designing decentralized apps.

The final third method was an interview with a crypto expert, mainly aimed at finding out how cryptocurrencies and business are connected. Considering cryptocurrencies' advantages, the respondent outlined three ones: versatility of the currencies, which means that this financial tool has a lot of applications in various segments of today's global economy, low transactional costs, and little time spent on conducting transactions. However, there were a few disadvantages that the respondent also paid attention to. They included decentralization, which makes the adequate emission control impossible, central banks' negative attitude to anonymous crypto-coins promoting one of the crucial ideas of cryptocurrencies in general, and the fact that most of cryptocurrencies and related elements, such as stocks and coins, are controlled by those having personal interests and opinions. The next issue that was covered during the interview was decentralization of cryptocurrencies that was explained as both advantage and disadvantage. Since decentralization does not allow centralized manipulations with coins, this aspect is the considered advantage; however, the fact that most of crypto-coins are decentralized makes it impossible to design a general policy of controlling these currencies. In other words, the expert's opinion is similar to those stated in the literature review section. After considering the general questions, the respondent was asked to describe Russian government's attitude to cryptocurrencies. The specialist explained that «even though Russia has presented its official cryptocurrency called the digital ruble, using other cryptocurrencies is still illegal». As for the business applications, the expert stated that cryptocurrencies cannot be described as a good business asset due to their high volatility of this financial tool. However, cryptocurrencies may be implemented in the business field in a variety of different ways, including a payment method and even a platform-analog of SWIFT. According to the expert, the best way of implementing such currencies is using them as a payment method due to low transactional costs and fast transactions. Finally, answering the last question, which was about the best coins for business-applications, the respondent outlined bitcoin because this asset is the most popular, which means many crypto-users would prefer paying with this coin.

Discussion

The key goal of this paper was to examine if it is possible to successfully integrate cryptocurrencies into the business field in order to upgrade organizations' current conditions and improve their market-conditions

in general. All the methods of this research, including the case studying, survey, and interview, were aimed at gathering the most relevant data related to the crypto topic.

For more objectivity and clarity, a few companies' crypto-strategies were analyzed. The most important idea was that the companies' applications of cryptocurrencies are differently scaled and variable enough. As for the organizations' crypto-schemes, it is clear that some companies paid attention to this element of today's financial system and started developing their crypto-portfolios. However, the progress is not sudden due to the risks explained in the literature review. Since cryptocurrencies are a relatively new sphere in the business field, the financial aspect and consumers' unpredictable reaction to that make such investments uncertain. Thus, the considered companies' crypto-products and general applications may be described as the first steps of crypto in business.

Regarding the results of the conducted survey, the situation with crypto significantly differs from that outlined within the case study section. Most of the respondents state that they would implement cryptocurrencies in their own companies explaining it by this financial tool's various applications, such as a payment method, a means for conducting international transactions, and so on. In other words, the surveyed crypto-practitioners believe that cryptocurrencies may be successfully integrated into any organization's business environment in any mentioned-above ways and even provide a few applications.

Finally, the conducted interview connected the case study's and survey's results. Even though the expert outlined a number of significant disadvantages of today's cryptocurrencies, including legal issues and negative aspects of the decentralization, he also paid attention to the fact that cryptocurrencies are significantly important in the modern business in terms of financial effectiveness and versatility. Thus, the expert both described cryptocurrencies as a useful business tool that can significantly influence various aspects of a company, such as marketing, finances, operations, and so on, and emphasized the risks of this type of currencies.

In other words, cryptocurrencies are a multifunctional tool that may be integrated in companies' environments due to a large number of applications outlined and discussed above. However, now it is still hardly possible to develop a long-term strategy based on cryptocurrencies since this tool itself is very unstable due to legal terms, decentralization, high volatility, and so on. Therefore, any company that is going to use cryptocurrencies should be aware of the benefits and risks discussed above.

To sum up, cryptocurrencies have not become a must-have tool for most of today's companies yet. Even though there are a few significant advantages describing crypto-coins as useful and even crucial elements of the modern business field, the discussed disadvantages are also important and make these digital currencies risky

and unstable. Moreover, some issues, such as legal terms, do not allow using cryptocurrencies somewhere. For instance, Russia's government does not classify this financial tool as a legal element of the financial system, so it is hardly possible to openly provide services and products related to cryptocurrencies.

In other words, these coins may become a good initiative for those companies whose opportunities and market positions are not generally restricted. Since such organizations always look for new competitive advantages, the cryptocurrency may well complement their overall systems and even redirect some specific vectors, including marketing and some operations. Moreover, development and progress of new technologies is a responsibility of those able to take these risks. ■

1. Белых В.С., Егорова М.А. Криптовалюта как средство платежа: новые подходы и правовое регулирование / В.С. Белых, М.А. Егорова // Cyberleninka. – 2019. – С. 143. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kriptovalyuta-kak-sredstvo-platezha-novye-podhody-i-pravovoe-regulirovanie/viewer> (дата обращения: 18.10.2023).

2. Ехмо: образовательная платформа : сайт. – Сент-Винсент, Гренадина, 2023 – URL : <https://info.exmo.me/ru/obuchenie/diversification-of-the-investment-portfolio/> (дата обращения: 18.10.2023).

3. A Brief Guide to Green Blockchain Technology (n.d.) (Casper). <https://casper.network/en-us/web3/blockchain/green-blockchain/>

4. Anderson K. (2023, Sep 29). Cryptocurrencies and the environment: what you need to know (greenly). <https://greenly.earth/en-gb/blog/ecology-news/cryptocurrency-and-pollution-what-you-need-to-know>

5. Get to Know What Decentralization Is in Crypto Assets (2023, Jan 26) (Indodax Academy). <https://indodax.com/academy/en/get-to-know-what-decentralization-is-in-crypto-assets/>

6. Ethereum's energy expenditure (2023, Oct 20) (Ethereum). <https://ethereum.org/en/energy-consumption/>

7. Frankenfield J. (2023, June 07). 51 % Attack: Definition, Who Is At Risk, Example and Cost (Investopedia). <https://www.investopedia.com/terms/1/51-attack.asp>

8. Norton B. & Kaduthanum A. (n.d.). Moving toward a cashless society with crypto payments (tcs). <https://www.tcs.com/what-we-do/industries/banking/white-paper/crypto-payments-currency-future>

9. Tambe N. & Jain A. (2023, June 14). Advantages and Disadvantages of Cryptocurrencies in 2023 (Forbes Advisor). <https://www.forbes.com/advisor/in/investing/cryptocurrency/advantages-of-cryptocurrency/>

10. What To Know About Cryptocurrencies and Scams (2022) (Federal Trade Commission). <https://consumer.ftc.gov/articles/what-know-about-cryptocurrency-and-scams#paying>

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

A Brief Guide to Green Blockchain Technology (n.d.) (Casper). <https://casper.network/en-us/web3/blockchain/green-blockchain/>

Anderson K. (2023, Sep 29). Cryptocurrencies and the environment: what you need to know (greenly). <https://greenly.earth/en-gb/blog/ecology-news/cryptocurrency-and-pollution-what-you-need-to-know>

Ethereum's energy expenditure (2023, Oct 20) (Ethereum). <https://ethereum.org/en/energy-consumption/>

Ехмо: образовательная платформа : сайт. – Сент-Винсент, Гренадина, 2023 – URL : <https://info.exmo.me/ru/obuchenie/diversification-of-the-investment-portfolio/> (дата обращения: 18.10.2023).

Frankenfield J. (2023, June 07). 51 % Attack: Definition, Who Is At Risk, Example and Cost (Investopedia).

<https://www.investopedia.com/terms/1/51-attack.asp>

Get to Know What Decentralization Is in Crypto Assets (2023, Jan 26) (Indodax Academy). <https://indodax.com/academy/en/get-to-know-what-decentralization-is-in-crypto-assets/>

Norton B. & Kaduthanum A. (n.d.). Moving toward a cashless society with crypto payments (tcs). <https://www.tcs.com/what-we-do/industries/banking/white-paper/crypto-payments-currency-future>

Tambe N. & Jain A. (2023, June 14). Advantages and Disadvantages of Cryptocurrencies in 2023 (Forbes Advisor).

<https://www.forbes.com/advisor/in/investing/cryptocurrency/advantages-of-cryptocurrency/>

What To Know About Cryptocurrencies and Scams (2022) (Federal Trade Commission). <https://consumer.ftc.gov/articles/what-know-about-cryptocurrency-and-scams#paying>

Белых В.С., Егорова М.А. Криптовалюта как средство платежа: новые подходы и правовое регулирование / В.С. Белых, М.А. Егорова // Cyberleninka. – 2019. – С. 143. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kriptovalyuta-kak-sredstvo-platezha-novye-podhody-i-pravovoe-regulirovanie/viewer> (дата обращения: 18.10.2023).

Cryptocurrencies in business

© Плин К., Луганская Е., 2024

The article discusses cryptocurrencies which have become very popular in the last five years. In particular, the author focuses on the business aspect of digital currencies and examines how they can be successfully integrated into a company's business activities. After considering advantages and disadvantages of cryptocurrencies, as well as their various uses, the paper goes on to study real cases of using this technological tool. Furthermore, with help of the survey and an interview with the crypto-expert, the article describes the first-hand experience of using them and analyzes their potential use application in Russia.

Keywords: cryptocurrencies, business field, business applications

ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ ГЕЙМИФИКАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ЗАРУБЕЖНЫМИ И ОТЕЧЕСТВЕННЫМИ КОМПАНИЯМИ

© Казакова К. В., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье автор рассматривает различные практики использования инструментов геймификации в управлении зарубежными и отечественными компаниями. Основное содержание исследования посвящено анализу опыта внедрения различных игровых практик в процесс руководства человеческим капиталом организаций, а также выявлению эффективности их влияния на результативность сотрудников и их мотивацию. В результате автор приходит к выводу о том, что в настоящее время внедрение инструментов геймификации в процесс управления персоналом набирает всё большую популярность у крупных зарубежных и отечественных компаний. Представленная статья будет интересна специалистам в области управления кадрами, HR-менеджерам, а также руководителям и специалистам по корпоративному обучению.

Ключевые слова: управление персоналом, HR-менеджмент, игровые практики, корпоративное обучение, вовлеченность, человеческий капитал, мотивация персонала, эффективность

В современных условиях деятельности предприятий, важным фактором выживания компании на рынке становится осуществление кадровой работы, а именно формирование эффективной системы адаптации и обучения персонала.

Динамика развития компаний в различных отраслях экономики выдвигает требования к непрерывному процессу обучения персонала, улучшению эффективности его работы. Поэтому актуальным становится вопрос об изменении принятых концепций по управлению человеческим капиталом организаций.

С целью улучшения работы персонала, руководству компаний необходимо использовать инновационные методики адаптации персонала и актуальные инструменты обучения. Внедрение технологий геймификации становится одной из таких методик. Геймификация в общем смысле — это внедрение игровых методик в неигровые процессы [3]. Сфера управления персоналом предполагает наличие возможностей для использования потенциала геймификации. В этой связи геймификация позволяет решить множество задач: подбор и мотивация персонала, адаптация новых сотрудников, повышение их вовлеченности во внутренние процессы организации, обучение сотрудников, командообразование. Цель данной статьи — изучить российский и зарубежный опыт использования инструментов геймификации в управлении компаниями.

Интерес к методике геймификации возник у исследователей ещё во второй половине XIX в., когда в 1896 г. американские предприниматели Т. Сперри и Ш. Б. Хаттчисоном разработали программу лояльности для торговой компании «Spreng & Hutchinson» (S&H). Суть программы заключалась в том, что покупатели товаров получали в качестве бонуса марки эквивалентные

сумме покупки. Данные марки нужно было вставлять в специальные книги для коллекционеров, а при полном заполнении одной книги, её можно было обменять на лимитированные товары [2]. Таким образом, клиенты торговой сети покупали больше, чем им было необходимо ввиду большой мотивации выиграть. Тем не менее, система предложенная Томасом и Шелли, имела ряд недостатков, к которым можно отнести отсутствие дифференциации покупателей.

Во второй половине XX в. и начале XXI в. использование систем геймификации приобрело наибольшую популярность. Бизнес-консультант Чак Кунрадт в 1973 г. опубликовал книгу «The game of work» («Работа как игра»), где предложил использовать элементы спортивного состязания в бизнесе с включением обратной связи и таблиц лидеров. Благодаря идеям Ч. Кунрадта в области бизнеса появились нестандартные подходы к повышению эффективности и мотивации сотрудников [2].

Необходимо обратить внимание на тот факт, что понятие «геймификация» стало широко употребляться только в 2010 г. благодаря всемирно известному эксперту, предпринимателю, одному из основателей современных исследований в данной области Ю-Кай Чоу. Исследователь предложил систему «Октализи» — 8 ключевых элементов персонализированной геймификации, которые основаны на 8 факторах мотивации человека [1]. В своей теории Ю-Кай Чоу выделил «белые» и «чёрные» факторы мотивации. К «белым» факторам он определил факторы, которые способствуют развитию творческих способностей, критического мышления, исследовательского интереса и расположены в верхней части схемы. «Чёрные» факторы расположены в нижней части схемы и обозначают некоторые зависимости, построенные на жажде эмоций и любопытстве (см. рис. 1).



Рис. 1 «Система геймификации Ю-Кай Чоу»

В настоящее время крупнейшие мировые компании используют инструменты геймификации для различных задач. Рассмотрим зарубежный опыт. Так, в сети отелей «Marriott» (США) соискатель вакансию должен пройти игру по управлению собственным отелем, в процессе со стороны работника происходит знакомство со всеми службами отеля, их особенностями работы, формирование понимания ценностей и структуры компании, а со стороны работодателя — контроль и оценка компетенций потенциального сотрудника [4].

В крупнейшей японской автомобилестроительной компании «Toyota» введена система личных и командных баллов за индивидуальные и командные достижения, а в результате — присвоение сотрудникам документально оформляемых особых достижений в торжественной обстановке. Данная система позволяет поощрять сотрудников за достижения результативности и мотивировать их на планирование долгосрочной карьеры внутри компании, снижать текучесть кадров, повышать лояльность [4].

В американской транснациональной технологической компании «Apple» разработана система внутрикорпоративных соревнований, порядок организации каждого из которых зависит от контекста проекта команды, в рамках которой разрабатывается рейтинговая система с целью повышения вовлеченности сотрудников в процессы корпорации [5].

Рассматривая отечественный опыт внедрения элементов геймификации в систему управления

персоналом, можно отметить, возрастающее число успешных практик. К таким компаниям можно отнести публичное акционерное общество «Газпром нефть», телекоммуникационная компания «Yota».

«Газпром нефть» разработал корпоративный образовательный портал управления знаниями и инновациями на базе LMS WebTutor (система комплексной автоматизации бизнес-процессов, связанных с подбором, оценкой, тестированием и обучением персонала, управлением талантами, систематизацией и хранением знаний, а также с организацией корпоративных коммуникаций и взаимодействия между сотрудниками и HR-подразделением.), в который внедрили систему геймификации. Он включает как обучающую составляющую, в том числе большой каталог курсов, доступных для дистанционного обучения, так и систему обмена знаниями. База содержит большое количество статей и образовательных программ, проходит которые можно в режиме онлайн и офлайн, по итогам которых многие сотрудники учатся нестандартно решать рабочие задачи, а также создавать инновационные продукты [7].

В качестве преимуществ портала можно выделить персонализацию благодаря личному кабинету, систему поощрений (внутренняя валюта — «баррели», которые можно обменять на корпоративные сувениры), отображение прогресса, в зависимости от действий пользователя. Оформление личного кабинета можно увидеть на рис. 1.

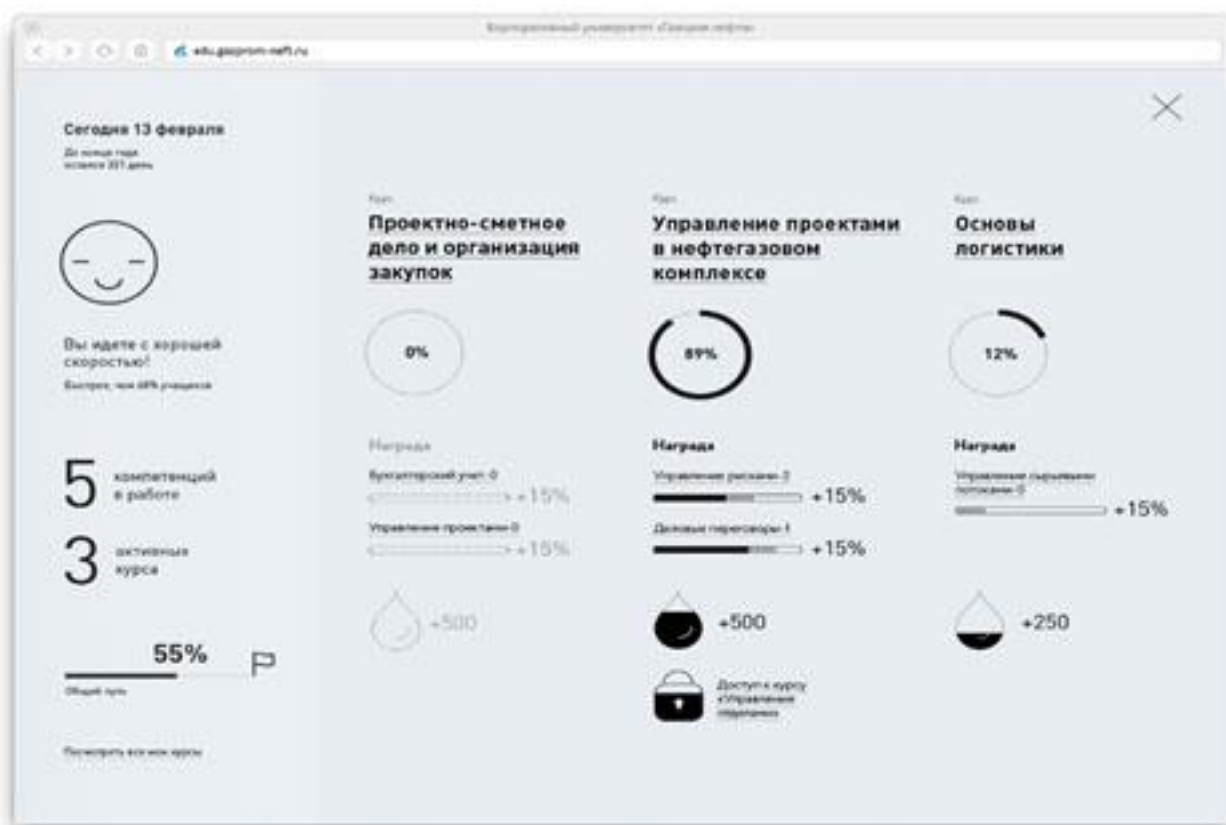


Рис. 2 «Интерфейс личного кабинета пользователя корпоративной сети «ГазпромНефть».

Система предполагает работу по двум направлениям: UX (User Experience) (система взаимодействия пользователя с интерфейсом онлайн-портала) — улучшение пользовательского опыта (траектории, элементы, социальные сети, потребности) и внедрение небольших элементов геймификации (рейтинги, награды, игровая валюта). Уже на начальном этапе реализации был выявлен высокий уровень активности сотрудников на портале: повысилось взаимодействие сотрудников между собой путем создания виртуальных сообществ, появился запрос на онлайн-курсы и организацию обучения [4].

В результате запуска портала была выявлена высокая активность сотрудников, повысился спрос на дистанционные курсы и корпоративное обучение. Количественные данные за 2016 год показывают, что 32356 слушателей прошли дистанционные курсы; 2455 сотрудников заполнили свои профили; 320955 «баррелей» было заработано за прохождение заданий, а также 1476 документов загружено на портал.

Рассмотрим принципы геймификации, которые были использованы при разработке портала:

- визуализация — наглядная визуализация развития пользователя в рамках проекта, основанная на его пользе и ценностях;
- виртуальные награды — трофей, который присуждается пользователю за определённые достижения;

- виртуальные покупки — возможность обменивать награды на виртуальные товары внутри системы;
- игровая валюта — использование виртуальной валюты для мотивации пользователей;
- комментирование — возможность комментировать действия других пользователей;
- профиль пользователя — персонализированный профиль пользователя с отображением личного прогресса.

Интерес представляет кейс российской телекоммуникационной компании, федерального оператора связи «Yota». В 2015 году в компании был запущен масштабный проект «Yota Star Wars», в основе которого лежал сюжетный квест по мотивам одноимённого фильма. Сотрудники точек продаж представляли «Светлую сторону», в то время как «Тёмная сторона» была представлена планом продаж, а каждый регион являлся отдельной галактикой. Соревнование галактик проводилось на основе «военного потенциала» сторон [8]. Для его повышения сотрудникам необходимо было проходить обучение, сдавать тесты, выполнять план продаж и соблюдать стандарты. Команда сотрудников побеждала в том случае, если был выполнен план продаж, а также пройдены все курсы. Прогресс как отдельного пользователя, так и команды отображался в личном кабинете (рис. 2).

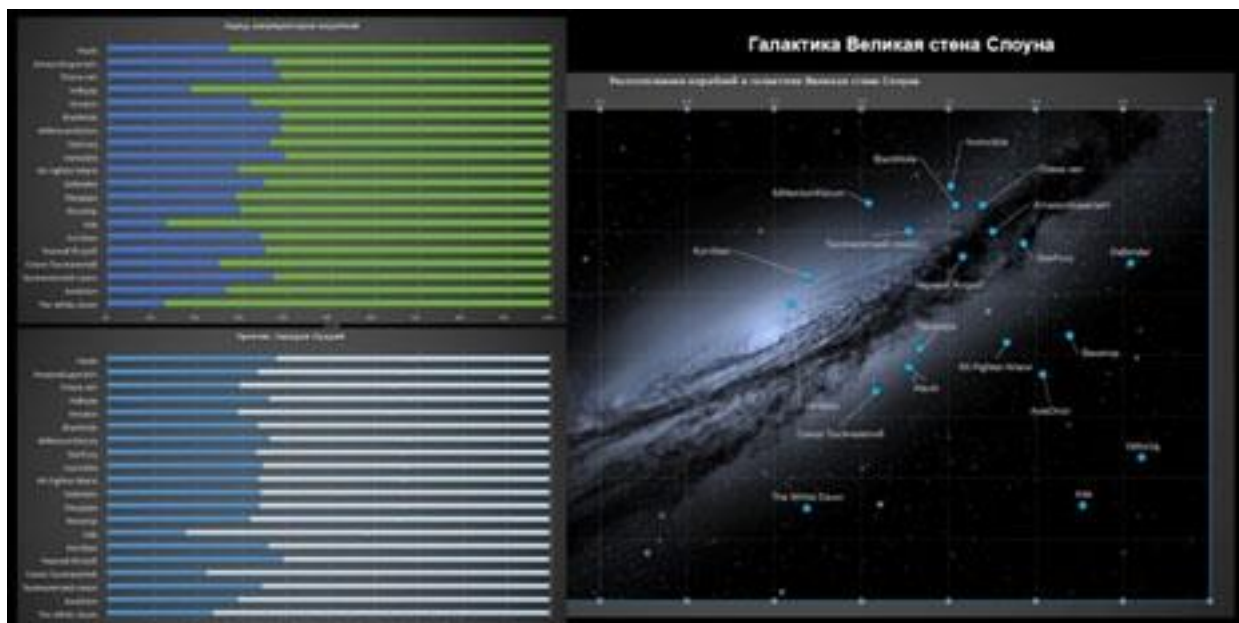


Рис.3 «Личный кабинет пользователя корпоративной сети «Yota».

Стоит отметить принципы геймификации, которые были интегрированы в данный проект:

- сюжет игры — каждый пользователь имеет свою роль и определенную историю;
- визуализация — наглядная визуализация развития пользователя в рамках проекта, основанная на его пользе и ценностях;
- квест с заданиями — конкретный план по достижению конкретной цели;
- достижения и система поощрений — демонстрация прогресса отдельного пользователя;
- командные цели — чёткие, измеримые показатели для каждой команды.

В результате применения техник геймификации в компании «Yota» возросли показатели эффективности. Так повысился уровень обслуживания клиентов на 87 % и увеличилось количество обученных сотрудников до 98 %, что положительно сказалось на росте розничных продаж. Кроме того, уровень необходимых знаний персонала вырос на 30 %, а также поднялся уровень стандартов продаж на 20 %. Анонимный опрос

среди вовлеченных в игру сотрудников показал, что 88 % из них положительно оценили идею проекта и были рады принять в нем участие [8].

Глобальная сеть ресторанов быстрого питания BurgerKing с целью повышения эффективности работы персонала создала тренажёр, интегрированный в портал обучения сотрудников Бургер Кинг. Данный тренажёр погружает сотрудника в момент работы в «пиковые часы». Работа с тренажёром рассчитана на 5 минут, в течение которых сотрудник перемещается по трём виртуальным локациям (кухня, зал и подсобное помещение), выполняя различные задания (рис. 4). В ходе демо-тренировки пользователь может познакомиться с тренажёром и посмотреть на задания, с которыми он встретится в рамках игрового периода. Начальные условия формируются случайным образом, чтобы сотрудник мог решить конкретную внештатную ситуацию, которая может произойти в период пика. По результатам прохождения игры сотрудник получает анализ своего прогресса и индивидуальную программу обучения.

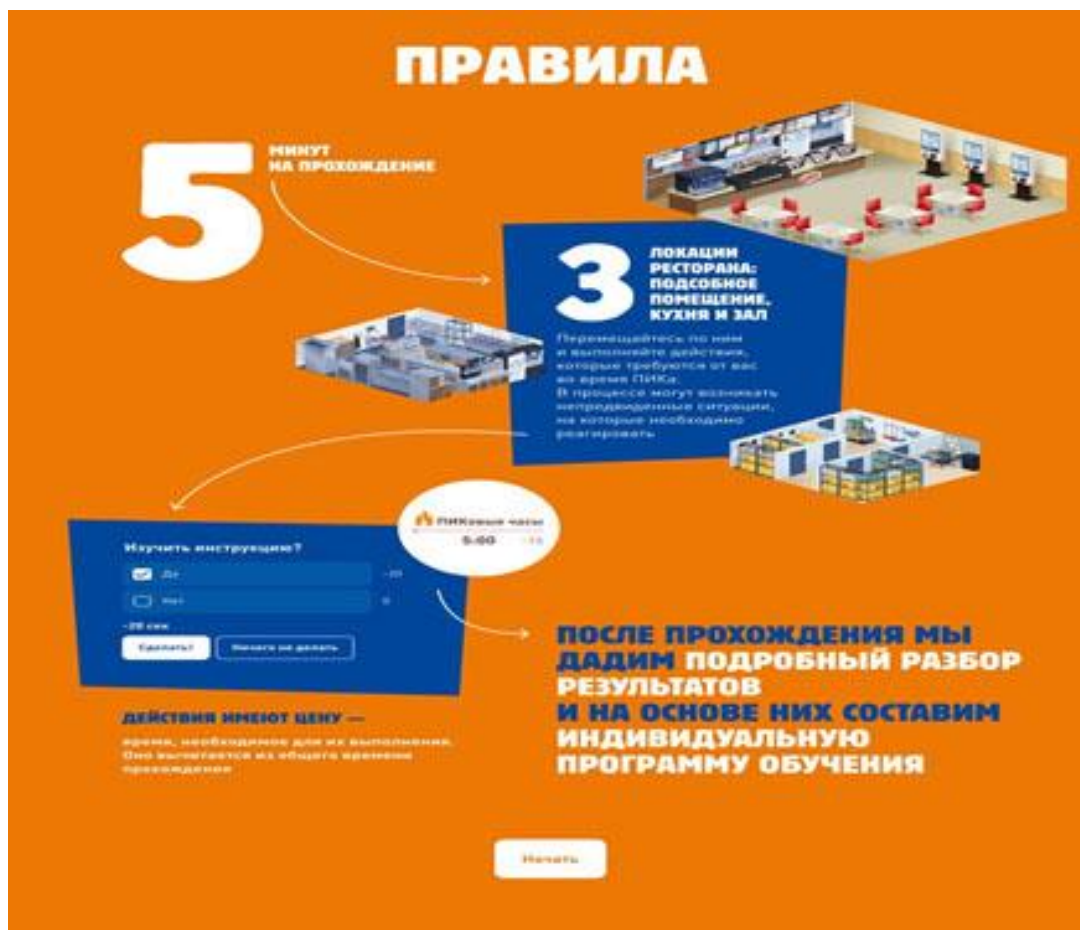


Рис. 4 «Интерфейс корпоративного обучающего портала компании «БургерКинг».

В основе корпоративного портала была использована система дистанционного обучения WebTutor, где помимо игры, можно взаимодействовать с обучающими курсами и тестами. Важно отметить, что проект реализован по всем ресторанам страны для проверки знаний менеджеров смены всех ресторанов Бургер Кинг Россия [6].

В качестве принципов геймификации на портале были использованы:

- симуляция — виртуальное воссоздание реального опыта с целью иллюстрации или виртуальной отработки навыка;
- визуализация прогресса;
- ограниченное время выполнения заданий;
- квестовые задания;
- мини-игры — использование игровых форм с образовательной или развлекательной целью.

В результате внедрения проекта в компании были решены следующие задачи:

- разработка настраиваемого инструмента приоритизации прохождения обучения в ходе построения педагогической траектории;
- разработка и внедрение смоделированных псевдослучайных ситуаций для контроля сотрудников в тренажёр работы в ПИКовые часы.

- разработка настраиваемого инструмента для тестирования сотрудников с возможностью воздействовать на динамически формируемые педагогические траектории обучения сотрудников.

- разработка инструмента автоматизированного построения индивидуальной педагогической траектории для обучения сотрудника.

Таким образом, мы установили, что в настоящее время внедрение инструментов геймификации в процесс управления персоналом и его адаптацию пользуется большой популярностью у крупных зарубежных (Apple, Toyota, Marriot) и отечественных компаний (ПАО «Газпром Нефть», «Yota», «BurgerKing»). Рассмотрев опыт данных компаний, мы установили, что они используют следующие игровые инструменты: разработка специального программного обеспечения на базе корпоративных платформ, введение виртуальных наград и бейджей, создание балльно-рейтинговой системы, распределение ролей, введение соревновательного элемента, квестовые задания, симуляция, сюжетная игра). Принимая во внимание всё вышеперечисленное, можно сделать вывод о том, что интеграция систем геймификации в процесс управления человеческим капиталом может стать эффективным инструментом для повышения уровня вовлечённости сотрудников в работу, минимизации

проблем в процессе адаптации новых сотрудников, повышение мотивации к обучению, улучшение эффективности работы как конкретных специалистов, так и конкретных отделов, а следствие и повышение прибыли компании. ■

1. Ю-Кай Чоу Геймифицируй это: как стимулировать клиентов к покупке, а сотрудников – к работе / Ю-Кай Чоу перевод Д. Шалаевой. - Москва : Бомбора : Эксмо, 2022. - 394, [2] с. : ил. - (Экономика эмоций). - Библиогр.: с. 377-387.

2. Уфельманн В. Д., Исторические аспекты развития геймификации / В. Д. Уфельманн, И. В. Кохова, И. Н. Белогруд // — Современная научная мысль. — 2020. — №2. — с.125-128 Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoricheskie-aspekty-razvitiya-geymifikatsii> (Дата обращения: 12.06.2023).

3. Цыплакова Е. О. Геймификация — мотивационная практика или механизм тотального контроля над трудовым процессом? / Е. О. Цыплакова // Экономическая социология. — 2016. — №3. — с. 82-103 — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-motivatsionnaya-praktika-ili-mehanizm-totalnogo-kontrolya-nad-trudovym-protssom> (Дата обращения: 15.06.2023).

4. Штонда Анна Сергеевна Геймификация как инструмент успешного управления персоналом / А. С. Штонда // Бизнес-образование в экономике знаний. — 2017. — №2 (7). — с. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-kak-instrument-uspeshnogo-upravleniya-personalom> (дата обращения: 13.06.2023).

5. Кулагина Е. Геймификация в бизнесе: как повысить эффективность управления персоналом [Электронный ресурс] / Е. Кулагина // www.hr-director.ru : [сайт]. — Режим доступа: <https://www.hr-director.ru/article/65676-geymifikatsiya-v-biznese-19-m2?ss=1>

6. Бургер Кинг: тренажёр – для сотрудников работа в пиковые часы [Электронный ресурс] / коллектив авторов // [Gamification-now](http://Gamification-now.ru) : [сайт]. — Режим доступа: <https://www.gamification-now.ru/cases/burger-king-trenazhyor-dlya-sotrudnikov-rabota-v-pikovye-chasy>

7. Газпром Нефть: повышение эффективности обучения в компании коллег [Электронный ресурс] / коллектив авторов // [Gamification-now](http://Gamification-now.ru) : [сайт]. — Режим доступа: <https://www.gamification-now.ru/cases/kak-gazpromneft-povysila-effektivnost-obucheniya-v-kompanii-blagodarya-geymifikacii?ysclid=lq5a8jl3wu251364279>

8. Yota: игровые механики для сплочения коллег [Электронный ресурс] / коллектив авторов // [Gamification-now](http://Gamification-now.ru) : [сайт]. — Режим доступа: <https://www.gamification-now.ru/cases/kompaniya-yota-prodolzhaet-geymifikaciyu-i-dobivaetsya-novyh-vysot-v-biznese?ysclid=lp687xa4x686956355>

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Yota: игровые механики для сплочения коллег [Электронный ресурс] / коллектив авторов // [Gamification-now](http://Gamification-now.ru) : [сайт]. — Режим доступа: <https://www.gamification-now.ru/cases/kompaniya-yota-prodolzhaet-geymifikaciyu-i-dobivaetsya-novyh-vysot-v-biznese?ysclid=lp687xa4x686956355>

[biznese?ysclid=lp687xa4x686956355](https://www.gamification-now.ru/cases/kompaniya-yota-prodolzhaet-geymifikaciyu-i-dobivaetsya-novyh-vysot-v-biznese?ysclid=lp687xa4x686956355)<https://www.gamification-now.ru/cases/kompaniya-yota-prodolzhaet-geymifikaciyu-i-dobivaetsya-novyh-vysot-v-biznese?ysclid=lp687xa4x686956355>

Бургер Кинг: тренажёр – для сотрудников работа в пиковые часы [Электронный ресурс] / коллектив авторов // [Gamification-now](http://Gamification-now.ru) : [сайт]. — Режим доступа: <https://www.gamification-now.ru/cases/burger-king-trenazhyor-dlya-sotrudnikov-rabota-v-pikovye-chasy>

Газпром Нефть: повышение эффективности обучения в компании коллег [Электронный ресурс] / коллектив авторов // [Gamification-now](http://Gamification-now.ru) : [сайт]. — Режим доступа: <https://www.gamification-now.ru/cases/kak-gazpromneft-povysila-effektivnost-obucheniya-v-kompanii-blagodarya-geymifikacii?ysclid=lq5a8jl3wu251364279>

Кулагина Е. Геймификация в бизнесе: как повысить эффективность управления персоналом [Электронный ресурс] / Е. Кулагина // www.hr-director.ru : [сайт]. — Режим доступа: <https://www.hr-director.ru/article/65676-geymifikatsiya-v-biznese-19-m2?ss=1>

Уфельманн В. Д., Исторические аспекты развития геймификации / В. Д. Уфельманн, И. В. Кохова, И. Н. Белогруд // — Современная научная мысль. — 2020. — №2. — с.125-128 Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoricheskie-aspekty-razvitiya-geymifikatsii> (Дата обращения: 12.06.2023).

Цыплакова Е. О. Геймификация — мотивационная практика или механизм тотального контроля над трудовым процессом? / Е. О. Цыплакова // Экономическая социология. — 2016. — №3. — с. 82-103 — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-motivatsionnaya-praktika-ili-mehanizm-totalnogo-kontrolya-nad-trudovym-protssom> (Дата обращения: 15.06.2023).

Штонда Анна Сергеевна Геймификация как инструмент успешного управления персоналом / А. С. Штонда // Бизнес-образование в экономике знаний. — 2017. — №2 (7). — с. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-kak-instrument-uspeshnogo-upravleniya-personalom> (дата обращения: 13.06.2023).

Ю-Кай Чоу Геймифицируй это: как стимулировать клиентов к покупке, а сотрудников – к работе / Ю-Кай Чоу перевод Д. Шалаевой. - Москва : Бомбора : Эксмо, 2022. - 394, [2] с. : ил. - (Экономика эмоций). - Библиогр.: с. 377-387.

Experience in using gamification tools in the management of foreign and local companies

© Kazakova K., 2024

In this article, the author reviews various practices of using gamification tools in the management of foreign and local companies. The main content of the study is devoted to the analysis of the experience of introducing various gaming

practices into the process of managing the human capital of organizations, as well as identifying the effectiveness of their influence on the productivity and motivation of employees. The author concludes that currently the introduction of gamification tools into the personnel management process is gaining increasing popularity among large foreign and local companies. The presented article will be of interest to

specialists in the field of human resources management, HR managers, as well as managers and specialists in corporate training.

Keywords: HR management, gaming practices, corporate training, engagement, human capital, staff motivation, efficiency

УДК 37.088.2

ПРОБЛЕМЫ АДАПТАЦИИ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СФЕРЕ

© Казакова К. В., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье автор обозревает различные точки зрения на понятие профессиональной адаптации и её виды. Основное содержание исследования посвящено рассмотрению проблем, возникающих у молодых специалистов в сфере образования, а также выявлению путей их решения. В результате автор приходит к выводу о том, что только благодаря совместным усилиям руководства образовательной организации и непосредственно молодого специалиста можно минимизировать выявленные проблемы. Представленная статья будет интересна специалистам по кадрам в сфере образования, сотрудникам административного аппарата школ, молодым специалистам, корпоративным психологам.

Ключевые слова: молодой специалист, образование, адаптация, наставничество, профессиональная адаптация, мотивация персонала, карьера

Современные условия диктуют большие требования к приему на работу. Каждый сотрудник, успешно прошедший этап собеседования, попадет в новую для себя среду и становится участником организационных отношений внутри компании.

Новые должностные обязанности, появление новых социальных ролей приводит к стрессу, а как следствие — к потере мотивации, ухудшению качества работы и, в итоге, к увольнению по истечению испытательного срока. Поэтому адаптация сотрудника, особенно молодого специалиста на новом рабочем месте — важный этап в карьерном росте каждого работника.

На данном все больше компаний обращают внимание на необходимость адаптации сотрудников, в том числе, молодых специалистов. Согласно исследованию, проведенному образовательной платформой «Нетология» в 2020 г., из 1020 респондентов 52 % опрошенных отметили, что не были осведомлены о своих целях на испытательный срок, 20 % не понимали своё место в компании, 18 % ответили, что не поняли поставленные цели [13]. Кроме того, у 30 % опрошенных был план программы адаптации, однако только в 27 % случаев для новых сотрудников была организована предварительная адаптация.

Молодые специалисты, только что окончившие учебное заведение, часто испытывают трудности в адаптации к новой рабочей среде. Чаще всего работодатели не уделяют должного внимания этой проблеме. Здесь стоит подчеркнуть, что существует не так много практических инструментов, направленных на усовершенствование

психологических и социальных аспектов профессиональной адаптации нового сотрудника.

Проблема «адаптации» вызвала большой интерес исследователей с античных времён. В своих философских трудах древнегреческий мыслитель Анаксагор впервые попытался объяснить зависимость организмов и условий жизни [5]. Демокрит, Гиппократ, Фалес, а позже Авиценна замечали, что существуют факторы внешней среды, которые воздействуют на поведение, психические процессы и могут вызывать различные заболевания. В широком смысле «адаптация» — это приспособление организма к изменяющимся условиям внешней среды.

Одним из видов адаптации является профессиональная адаптация. Анисенков Д.А. в своей статье «Профессиональная адаптация к профессиональной деятельности» характеризует данное понятие как составляющую часть социальной адаптации, которая касается процесса интеграции личности в профессию, приспособления к новому коллективу, профессиональным установкам, к содержанию рабочего процесса [3].

А.В. Спасённых отмечает, что профессиональная адаптация — это комплекс мероприятий, которые содействуют профессиональному росту нового сотрудника и формируют у него соответствующие профессиональные качества, прививают работнику составляющие корпоративной культуры, а также помогают в освоении работником элементов корпоративной культуры и понимании своего социального статуса [10].

В словаре понятий и терминов социальной педагогики термин «профессиональная адаптация» обозначают как «приспособление, привыкание

человека к требованиям профессии, усвоение им производственнотехнических и социальных норм поведения и образа жизни, необходимых для выполнения профессиональных функций» [2, с. 35]. Авторы отмечают, что данный вид адаптации проходит на начальном этапе профессиональной деятельности человека, который формируется уже в процессе обучения.

Ю.Е. Мелихов в учебно-практическом пособии «Управление персоналом: портфель надёжных технологий» предлагает следующее определение: «Адаптация персонала — это вовлечение работника в новую для него трудовую среду; освоение сотрудником требований, норм и ценностей организации и должности; оказание поддержки новому сотруднику, чтобы он мог успешно влиться в организацию, приспособиться к содержанию и условиям работы, новому коллективу». [8, с. 102]

Исходя из вышеперечисленного, можно констатировать, что профессиональная адаптация

— это процесс привыкания личности к новым условиям труда, проявляющийся в определенном уровне овладения новыми приемами, способами и формами трудовой деятельности, усвоения норм и правил корпоративной культуры, а также формирования социальных связей в коллективе.

Ю.В. Мелихов в своей работе также выделяет типологию профессиональной адаптации. Данная типология представляет теоретический и практический интересы, так как позволяет подробнее изучить механизмы адаптации и выделить её этапы. Автор выделяет 4 критерия типологии: компоненты системы адаптации персонала; наличие опыта профессиональной или служебной деятельности; сферы адаптации; субъекты адаптации. Каждый критерий подразделяется на несколько типов [8]. Типология адаптации персонала по Ю.В. Мелихову представлена в таблице 1.

Таблица 1. Классификация адаптации персонала

№	Критерии адаптации персонала	Типы адаптации персонала
1.	компоненты системы адаптации персонала	Профессиональная (производственная), психофизиологическая, организационная, социально-психологическая, экономическая, внеорганизационная
2.	Наличие опыта профессиональной или служебной деятельности	первичная, вторичная
3.	сферы адаптации	адаптация в новой организации, адаптация в новой должности
4.	субъекты адаптации	адаптация работника, адаптация работы к человеку

Важно обратить внимание на то, что профессиональная адаптация специалиста содержит в себе несколько этапов, но существуют разные

точки зрения исследователей на их содержание. Взгляды на этапы адаптации представлены в таблице 2.

Таблица 2. Взгляды учёных на этапы адаптации

Этап	Содержание
И.И. Булыгина:	
Довузовский	На данном этапе человек погружается в мир профессий. В рамках профориентации определяет свои склонности, сильные и слабые стороны, предполагаемую будущую профессию.
Вузовский	На этапе профессиональной подготовки происходит формирование первичных профессиональных умений и навыков, первое взаимодействие с потенциальными работодателями.
Послевузовский	На данном этапе молодой специалист включается в трудовую деятельность и сталкивается с первыми трудностями. Человек привыкает к смене коллектива, обретению нового социального статуса, осознаёт возможности реализации своего трудового потенциала.
Филимянова М.Г.	
Анализ уровня подготовленности нового сотрудника	Данный этап можно назвать подготовительным, целью которого является формирование программы по адаптации нового специалиста. Здесь происходит сбор необходимой информации об уровне подготовки молодого специалиста, его образовании, опыте работы, навыках и компетенциях.
Знакомство	На следующем этапе новый сотрудник знакомится с организацией, её требованиями и служебными обязанностями, внутренней структурой, корпоративной культурой, проходит собеседование и вступительные испытания.

Испытательный срок	При успешном прохождении предыдущих этапов сотрудник переходит непосредственно к практическим заданиям, но под наблюдением наставника или руководителя. Новый сотрудник включается в коммуникацию с коллегами, становится частью коллектива.
Принятие решения о принятии сотрудника	Здесь происходит анализ результатов работы сотрудника во время испытательного срока, выявляются его сильные и слабые стороны, принимается решение его трудоустройстве.
Завершение	Сотрудник преодолевает адаптационный этап и вырабатывает механизмы решения возникающих проблем.
Ю. А. Романова	
Вводно-ознакомительный	Знакомство с организациями, их профессиональными требованиями.
Действенно-ориентировочный	Взаимодействие со сферой профессиональных интересов, усвоение основных элементов системы ценностей.
Функционально-ассимиляционный	Участие в профессиональной деятельности, формирование способности к решению возникающих проблем.

Мы считаем нужным отметить, что готовность к профессиональной адаптации определяется сочетанием сформированной системы мотивации к профессиональной деятельности, развитой адаптивности как личностного качества, а также системы профессиональных знаний, умений, навыков, компетенций.

Требования, выдвигаемые к современной системе высшего и среднего образования, показывают, что после окончания учебного заведения выпускник должен уметь взаимодействовать с разными субъектами образовательного процесса, разрешать конфликтные ситуации, работать в команде, планировать свою деятельность. Данные навыки позволят выпускнику правильно выстроить свою карьерную стратегию, стать успешным в профессиональной деятельности.

Кроме того, важны личностные качества выпускника: готовность к освоению нового знания, приобретению необходимых умений, мобильность, психологическая устойчивость, быстрый темп адаптации в новой для себя социальной среде. Современная система образования — одна из самых динамичной развивающихся сфер общества, поэтому привлечение молодых специалистов является важным фактором для её модернизации.

Для того, чтобы рассмотреть основные факторы и проблемы адаптации молодого специалиста, рассмотрим подробнее понятие «Молодой специалист». Федеральный закон от 30 декабря 2020 г. № 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации» даёт определение понятию «молодой специалист»: «Молодой специалист — гражданин Российской Федерации в возрасте до 35 лет включительно (за исключением случаев, предусмотренных частью 3 статьи 6 настоящего Федерального закона), завершивший обучение по основным профессиональным образовательным программам и (или) по программам профессионального обучения, впервые

устраивающийся на работу в соответствии с полученной квалификацией» [1, с. 3].

В процессе трудовой деятельности молодой специалист сталкивается с рядом проблем, к ним можно отнести следующие категории:

- проблемы, связанные с трудностями в построении коммуникации;
- проблемы, связанные с отсутствием методического и педагогического опыта;
- проблемы, связанные с личностными особенностями и эмоциональной сферой.

Рассматривая проблему коммуникации, А. М. Халтуева в статье «Проблемы адаптации молодого специалиста в системе общего образования» отмечает, что молодой специалист не всегда понимает, как выстроить взаимодействие с учениками [11]. Кандидат психологических наук Т. А. Аржакаева считает, что причина сложностей в установлении контакта с детьми заключается в том, что начинающему педагогу сложно сформировать отношение детей к себе как учителю ввиду того, возникают проблемы с организацией дисциплины, поиском своего педагогического стиля [4].

Кроме того, в начале карьерного пути у молодого специалиста возникают определенные трудности в налаживании межличностных контактов со старшими коллегами или теми, кто работает в организации большой период времени. Методика преподавания молодых специалистов может отличаться от методики более опытных педагогов, и часто коллеги могут критиковать профессиональные знания и опыт педагога, делая замечания при учениках, таким образом подрывая авторитет учителя.

Кандидат педагогических наук М. Г. Худенева обращает особое внимание на проблему взаимоотношений родителей и молодых педагогов. Она утверждает, что система традиционных педагогических подходов, как правило, основывается на установлении взаимоотношений родителей (законных представителей) и педагогов,

объектом которых выступают вопросы академической успеваемости детей, их поведения, а также вопросов информирования родителей обо всех изменениях образовательного процесса [12]. В этом контексте у педагога и родителей ребёнка одна цель — успешная реализация образовательного процесса, освоение ребёнком учебных требований. Но возникают ситуации, когда родители ввиду молодого возраста педагога и опыта могут считать его некомпетентным.

Одной из основных проблем адаптации молодого педагога является недостаточная методическая и педагогическая подготовка. Молодой специалист может не иметь достаточного опыта и знаний для выполнения своих задач в процессе подготовки и проведения урока, заполнения различных форм документации, анализа своей деятельности. Здесь на первый план выступает трудность в грамотном планировании урока, когда педагог может выходить за рамки отведённого времени, испытывает сложности в удержании внимания и дисциплины, не обладает должными знаниями о приемах и методах обучения, что приводит к неумению формулировать цель и задачи урока, а как следствие и к низкой эффективности занятия.

Профессор, кандидат педагогических наук, И.А. Маланов отмечает, что молодые педагоги имеют недостаточно уверенный уровень владения педагогическими технологиями, в соответствии с ФГОС и профессиональными требованиями, что позволяет говорить о несовершенстве системы подготовки педагогических кадров [6]. И. А. Маланов предполагает, что отсутствие дисциплины и трудность её поддержания является следствием вышеназванного факта, поэтому молодые педагоги часто не уделяют достаточно внимания использованию всех современных технологий и приёмов обучения, хотя именно в этом аспекте профессиональной подготовки они гораздо опытнее старших коллег.

Важной проблемой в адаптации молодого педагога можно назвать психологическое напряжение, возникающее ввиду различных ситуаций и приводящее к эмоциональному выгоранию. В процессе профессиональной деятельности педагоги переживают психофизиологические нагрузки, вызванные интенсивным общением, умственным перенапряжением. Кроме того, к причинам эмоционального напряжения исследователь Е.О. Марийчук относит следующие социально-психологические особенности: высокая вероятность возникновения непредвиденных ситуаций, ответственность за обучающихся, качество и результаты образовательного процесса [7].

В результате вышперечисленных обстоятельств педагог испытывает раздражительность, нервное переутомление, эмоциональную усталость, что приводит, по мнению психологов, к эмоциональному (профессиональному) выгоранию.

Исследователи отмечают, что выгорание является признаком истощения, возникающего из-за продолжительного стресса. Он проявляется в качестве защиты от физиологических и психологических нагрузок. Синдром эмоционального выгорания молодых педагогов часто связывают с вступлением в новую профессиональную сферу, что сказывается на эффективности работы и отношениях с окружающими людьми.

Для более полной характеристики рассматриваемых проблем была изучена статья «Профессиональная адаптация молодых специалистов» кандидата экономических наук Н.Н. Олимских в соавторстве О.О. Тюрниной, в которой авторы представляют пути решения адаптационных проблем [9].

Во-первых, ученые предлагают усовершенствовать программы наставничества или внедрить их в случае их отсутствия. Процесс усовершенствования заключается в том, чтобы ввести материальную мотивацию наставников, зависящую от успешности результата программы адаптации. Эффективное наставничество позволит преодолеть большинство возникающих сложностей с организацией рабочего процесса, планирования своей деятельности, коммуникацией с родителями и обучающимися.

Во-вторых, руководителю организации следует обратить внимание на разработку программ адаптации конкретно для каждой должности. Это приведет к быстрой адаптации, высокой результативности.

В-третьих, проблему взаимоотношений в рабочем коллективе возможно решить организацией ограниченных по времени планёрок — «пятиминуток», проведением различных командообразующих мероприятий. Также важно предоставить сотруднику возможность обустроить своё рабочее место самостоятельно, составить согласованный график режима труда и отдыха.

В условиях развития современных интернет-технологий часть вышеназванных проблем возможно решить с помощью использования различных интерактивных методик или инструментов геймификации.

В итоге хотелось бы подчеркнуть следующее: привлечение к работе в образовательных организациях молодых специалистов в современных условиях — важный фактор развития всей образовательной сферы. Однако молодые специалисты в начале своего карьерного пути сталкиваются с проблемами адаптации (коммуникативными, профессиональными, психологическими), минимизировать риск возникновения которых можно, благодаря разработке программы наставничества, организации мероприятий по взаимодействию коллег, согласования графика работы, а также с помощью внедрения современных методик, например использования инструментов геймификации. ■

1. О молодёжной политике в Российской Федерации: федер. закон от 30 декабря 2020 г. №489-ФЗ // собрание законодательства РФ. — 2021. — № 1. — ст. 2

2. Социальная педагогика: краткий словарь понятий и терминов / М-во образования и науки Российской Федерации, российский гос. социальный ун-т; авт.-сост. Л. В. Мардахаев. — Москва: изд-во Российского социального у-та, 2014. — 362 с.

3. Анисенков Д.А. Современные теории адаптации к профессиональной деятельности [Электронный ресурс] / Д. А. Анисенков // Вестник БГТУ имени В. Г. Шухова. — 2012. — №1. — с. 2-5. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-teorii-adaptatsii-k-professionalnoy-deyatelnosti>

4. Аржжакаева Т. А. Психологические трудности общения начинающих учителей : автореферат дис. канд. псих. наук : 19.00.07 / Т. А. Аржжакаева ; науч. рук. А. А. Бодалев; Психологический инс-т. РАО — Москва, 1995. — 22 с.

5. Ковригина И. С. Социально-психологическая адаптация: сущность, виды и стадии формирования [текст] / И. С. Ковригина // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. — 2009. — № 9. — с. 1-6.

6. Маланов И.А. Проблемы профессионального становления и развития современных молодых учителей / И. А. Маланов // Вестник БГУ. Образование. Личность. Общество. — 2021. — №3. — с. 32-35. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-professionalnogo-stanovleniya-i-razvitiya-sovremennyh-molodyh-uchiteley>

7. Марийчук Е. О. Вопросы профилактики профессионального выгорания молодых педагогических работников / Е. О. Марийчук // МНИЖ. — 2016. — №8-4 (50). — с. 52-54. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/voprosy-profilaktiki-professionalnogo-vygoraniya-molodyh-pedagogicheskikh-rabotnikov>

8. Мелихов Ю.Е. Управление персоналом: портфель надежных технологий: учебно-практическое пособие / Ю. Е. Мелихов, П. А. Малуев. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», — 2008. — 344с.

9. Олимских Н. Н. Профессиональная адаптация молодых специалистов / Н. Н. Олимских, О. О. Тюрина // Профессиональное образование и рынок труда. — 2014. — №4. — с.24-25 Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/professionalnaya-adaptatsiya-molodyh-spetsialistov>

10. Спасённых А.В. Управление профессиональной адаптацией персонала / А. В. Спасённых, Е. А. Шумаева // Экономика и социум. — 2016. — №2 (21). — с. 887-880. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-professionalnoy-adaptatsiei-personala>

11. Халтуева А. М. Проблемы адаптации молодого специалиста в системе общего образования / А. М. Халтуева // Вестник БГУ. Образование. Личность. Общество. — 2016. — №3. — с. 66-68 — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-adaptatsii-molodogo-spetsialista-v-sisteme-obshchego-obrazovaniya>

12. Худенева М.Г. Проблемы взаимодействия молодых педагогов с родителями / М. Г. Худенева // Современное педагогическое образование. — 2020 — №4. — с.134-140 — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-vzaimodeystviya-molodyh-pedagogoov-s-roditelyami>

13. Адаптация сотрудников в российских компаниях: исследование TalentTech, Нетологии и FL.ru [Электронный ресурс] / коллектив авторов // Нетология : [сайт]. — Режим доступа: <https://netology.ru/blog/12-2020-issledovanie-adaptacii-sotrudnikov?ysclid=liwtzy4t5t678033991>

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Адаптация сотрудников в российских компаниях: исследование TalentTech, Нетологии и FL.ru [Электронный ресурс] / коллектив авторов // Нетология : [сайт]. — Режим доступа: <https://netology.ru/blog/12-2020-issledovanie-adaptacii-sotrudnikov?ysclid=liwtzy4t5t678033991>

Анисенков Д.А. Современные теории адаптации к профессиональной деятельности [Электронный ресурс] / Д. А. Анисенков // Вестник БГТУ имени В. Г. Шухова. — 2012. — №1. — с. 2-5. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-teorii-adaptatsii-k-professionalnoy-deyatelnosti>

Аржжакаева Т. А. Психологические трудности общения начинающих учителей : автореферат дис. канд. псих. наук : 19.00.07 / Т. А. Аржжакаева ; науч. рук. А. А. Бодалев; Психологический инс-т. РАО — Москва, 1995. — 22 с.

Ковригина И. С. Социально-психологическая адаптация: сущность, виды и стадии формирования [текст] / И. С. Ковригина // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. — 2009. — № 9. — с. 1-6.

Маланов И.А. Проблемы профессионального становления и развития современных молодых учителей / И. А. Маланов // Вестник БГУ. Образование. Личность. Общество. — 2021. — №3. — с. 32-35. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-professionalnogo-stanovleniya-i-razvitiya-sovremennyh-molodyh-uchiteley>

Марийчук Е. О. Вопросы профилактики профессионального выгорания молодых педагогических работников / Е. О. Марийчук // МНИЖ. — 2016. — №8-4 (50). — с. 52-54. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/voprosy-profilaktiki-professionalnogo-vygoraniya-molodyh-pedagogicheskikh-rabotnikov>

Мелихов Ю.Е. Управление персоналом: портфель надежных технологий: учебно-практическое пособие / Ю. Е. Мелихов, П. А. Малуев. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», — 2008. — 344с.

О молодёжной политике в Российской Федерации: федер. закон от 30 декабря 2020 г. №489-ФЗ // собрание законодательства РФ. — 2021. — № 1. — ст. 2

Олимских Н. Н. Профессиональная адаптация молодых специалистов / Н. Н. Олимских, О. О. Тюрина // Профессиональное образование и рынок труда. — 2014. — №4. — с.24-25 Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/professionalnaya-adaptatsiya-molodyh-spetsialistov>

Социальная педагогика: краткий словарь понятий и терминов / М-во образования и науки Российской Федерации, российский гос. социальный ун-т ; авт.-сост. Л. В. Мардахаев. — Москва: изд-во Российского социального у-та, 2014. — 362 с.

Спасённых А.В. Управление профессиональной адаптацией персонала / А. В. Спасённых, Е. А. Шумаева // Экономика и социум. — 2016. — №2 (21). — с. 887–880. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-professionalnoy-adaptatsiy-personala>

Халтуева А. М. Проблемы адаптации молодого специалиста в системе общего образования / А. М. Халтуева // Вестник БГУ. Образование. Личность. Общество. — 2016. — №3. — с. 66-68 — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-adaptatsii-molodogo-spetsialista-v-sisteme-obshchego-obrazovaniya>

Худенева М.Г. Проблемы взаимодействия молодых педагогов с родителями / М. Г. Худенева // Современное педагогическое образование. — 2020

— №4. — с.134-140 — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-vzaimodeystviya-molodyh-pedagogov-s-roditelyami>

Problems of adaptation of young specialists in the education sector

© Kazakova K., 2024

In this article, the author reviews various points of view on the concept of professional adaptation and its types. The main content of the study is devoted to the consideration of problems faced by young professionals in the education sector, as well as to identifying ways to solve them. As a result, the author concludes that only through the joint efforts of the management of the educational organization and the young specialist, it is possible to minimize the identified problems. The presented article will be of interest to human resources specialists, school administrative staff, young professionals, corporate psychologists.

Keywords: young specialist, education, adaptation, mentoring, professional adaptation, staff motivation, career

УДК 330.8

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ ФИРМОЙ: МИФЫ И РЕАЛИИ

© Какряцкая Ю. В., Сольский Б. В., Сольский М. Б., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Важнейшая функция предприятия — управление своей экономикой. Эта функция реализуется в контуре экономического управления, который строится на основе управленческого цикла. В состав контура экономического управления входит бухгалтер — единственный системный источник фактических сведений об экономике предприятия. Он призван выполнять две функции: внешнюю и внутреннюю. Внутренняя функция (обеспечение менеджмента данными, необходимыми для управления) особо ценна. Но её реализации мешают факторы, в основном, субъективного характера. Что это за факторы и как их устранить — рассматривается в статье.

Ключевые слова: экономическое управление, управленческий цикл, экономический учёт, бухгалтерский управленческий учёт, трансформация

Бухучёт в словаре терминов руководителя предприятия любого типа по узнаваемости входит, наверное, в топ-5. Для кого-то за этим термином скрывается — трудоёмкая и кропотливая работа, без которой не обойтись ни одному предприятию. Для кого-то бухгалтер — неприятная необходимость, навязанная государством, чтобы собирать налоги, контролировать и вмешиваться в бизнес.

Следует признать, что бухгалтерофилов у нас гораздо меньше, чем бухгалтерофобов: специалистов, которые уважают и ценят бухгалтерию у нас меньше, чем тех, которые не уважают бухгалтерию, не знают бухгалтерию, отрицают бухгалтерию и гордятся этим.

Среди бухгалтерофобов, как ни странно, очень много директоров, и, что ещё более странно, есть люди с самым высоким статусом в нашей стране. Вот, например, бывший премьер-министр однажды

заявил, что бухгалтера — бесполезный и вымирающий класс.

В чём причина массового негативизма по отношению к бухгалтеру, он действительно бесполезен для практического управления бизнесом?

Давайте обсудим это.

Сначала напомним несколько прописных истин.

Про управление. Предприятие без управления как парусник без руля и ветрил. Плывёт себе по воле ветра и течений. Плывёт совсем не туда, куда надо, но только до первых рифов.

Управление для предприятия — обязательная часть его жизни. И лучше, если управление грамотное и эффективное.

Про экономику предприятия. Экономика предприятия — это, на самом деле, стоимостная модель [7]. Экономика предприятия складывается из стоимостей его активов и пассивов. Структура

активов и пассивов определяют эффективность экономики. Экономика меняется в ходе производственно-хозяйственной деятельности. Познаётся (представляется) экономика через экономические показатели.

Про экономическое управление. Управление предприятием, на самом деле, это абстракция, которая без дальнейшей детализации так абстракцией и останется. Поэтому на практике управление предприятием рассматривается как комплекс управлений локальными подпроцессами: снабжением, производством, персоналом, продажами, безопасностью, ИТ и т.д. Доминирующая роль среди перечисленных управляемых подпроцессов принадлежит управлению экономикой. Экономикой как характеристикой стоимостного состояния предприятия.

Управление экономикой предприятия — важная функция системы управления предприятием.

Про управленческий цикл. Управление в организации (предприятие — это всегда экономическая организация) реализуется на основе управленческого цикла: планирование – исполнение – учёт – контроль – анализ и принятие решений [3,6]. Поскольку управление на предприятии не одно, то и циклов тоже несколько.

Экономический учёт входит в состав важнейшего контура управления предприятием.

Задачи экономического учёта на предприятии решает бухгалтер. Бухучёт предназначен для формирования стоимостного описания всех составляющих экономики предприятия.

Более того, бухгалтер на предприятии — единственный системный источник фактических сведений об экономике данного предприятия в целом. И альтернатив ему нет.

У бухгалтера две миссии: внешняя и внутренняя.

Внешняя миссия выражается в представлении стоимостного описания предприятия для внешних пользователей. Такими пользователями являются собственники, инвесторы, налоговые органы, кредиторы, заказчики и поставщики. Эта миссия общепризнана и необсуждаема. Особый заказчик здесь ФНС РФ. Из-за этого заказчик бухгалтер на предприятиях стандартизирован на государственном уровне.

Внутренняя миссия выражается в обеспечении внутреннего менеджмента данными, необходимыми для успешного (правильного, эффективного) управления экономикой подразделений предприятия и предприятием в целом.

Как справляется бухгалтер со своими миссиями?

Вот здесь следует отметить два обстоятельства.

От недавних 90-ых в наследие нам досталась «оптимизация налогообложения». За этим загадочным термином в большей степени скрывается использование различных схем уклонения от уплаты налогов и страховых взносов.

Но любая «оптимизация налогообложения» невозможна без искажения бухучёта. Мнимые сделки, «непроводные» операции, замена сути хозяйственных операций — бухгалтеры называют это «подрисовкой». Подрисованный (искажённый) бухгалтерский учёт, к сожалению, не «исключение из правил». Как долго можно подрисовывать бухгалтерский учёт? Пока не поймут.

В Российской Федерации нет перечня квалификационных требований к директорату предприятий. Реалии таковы, что по желанию собственника (или приказу руководителя головной организации, если речь идёт про филиал или бюджетное учреждение) должность директора может занять (и часто занимает) человек без специального образования. Вот уж где в полную силу проявляется слоган «любая кухарка может управлять государством». Эту фразу в СССР приписывали В.И. Ленину, который, на самом деле, говорил ровно наоборот. К сожалению, до сих пор считается, что для директора управленческая и экономическая неграмотность большого значения не имеют. Придут «в процессе». А не приходят. И абсолютное большинство современных директоров относятся к бухгалтеру как к навязанной государством повинности. По мнению таких руководителей, бухгалтер не входит в состав важнейших функций управления. «Занимайтесь своим учётом и не мешайте производственникам работать» — фраза, которую регулярно слышат наши бухгалтеры.

Ведение бухгалтерского учёта на предприятии руководитель поручает главному бухгалтеру. Но вместе с ведением бухгалтерского учёта на главного бухгалтера «сваливают» чисто директорскую обязанность по организации бухгалтерского учёта. Эта обязанность вменена директору Федеральным законом № 402 («О бухгалтерском учёте») [1], который (см. обстоятельство №2) многие не читали. Но главный бухгалтер без поддержки со стороны директората далеко не всегда способен выстроить нужный бухгалтерский учёт. Не хватает административных полномочий и ресурсов. Тем более, что часто против хорошего бухгалтерского учёта «играет» сам директор. Опять же в силу обстоятельства №2.

Экономия на бухгалтерском учёте — это обычное явление. Только не понимают современные директора, что «хороший бухгалтерский учёт обходится предприятию дорого. Но плохой ещё дороже».

С выполнением внешней миссии бухгалтер справляется всегда. И когда он хороший, и даже если он «подрисованный» и ведётся плохо. А вот для целей внутреннего управления «рисованный» или плохо организованный бухгалтерский учёт ценности не представляет.

Внутреннюю миссию может выполнить только хорошо организованный бухгалтерский учёт.

А если бухгалтерский учёт рисуется или организован плохо, тогда что может обеспечить управленца реальными данными о состоянии экономики его предприятия? Существует миф о каком-то управленческом учёте,

который может «обеспечить менеджмент всеми необходимыми для управления фактическими данными» [4,5]. Но это не более, чем миф. Ведь, на самом деле, управленческий учёт имеет полное название «бухгалтерский управленческий учёт» [2].

Другими словами, управленческий учёт — это не просто хорошо организованный бухучёт, но и бухучёт, серьёзно продвинутый вглубь [5].

Что нужно, чтобы бухгалтерский учёт справился с внутренней миссией, стал бухгалтерским управленческим учётом, стал полезным для внутреннего управления?

Поднять уровень управленческой квалификации высшего менеджмента. Мы имеем в виду включение в квалификационный кейс руководителей всех уровней основ бухучёта, налогового учёта, налогового законодательства и т.д.

Привлечь (как того и требует российское законодательство) лично директора к организации бухучёта и его руками создать на предприятии атмосферу поддержки бухучёта.

Перестать использовать бухучёт как прикрытие «оптимизации налогообложения».

Что должны знать про бухучёт директор и руководители второго уровня?

Суть экономической модели, на которой построен бухучёт. Речь идёт про модель экономики предприятия, разработанной итальянцем Лукой Пачоли более 500 лет назад. Согласно этой модели экономика предприятия представляется активами и пассивами, сбалансированными между собой.

План счётов (рабочий) своего предприятия. Назначение каждого счёта, субсчета.

Понятие проводки и их сущность. Разрешённые для Рабочего плана счетов проводки.

Состав бухгалтерских отчётов и графики их выдачи.

Графики работы бухучёта. Здесь мы имеем в виду, что директор должен хорошо понимать, что бухучёт — это не учёт «в реальном масштабе времени». Что есть процедуры «закрытия» месяца, квартала, года, после выполнения которых становится доступным пул новых данных об экономике предприятия.

Содержание бухгалтерских отчётов и других отчётов, формируемых на основе данных бухучёта.

Бухучёт — это общая технология сбора и обработки экономических данных. Без совместных квалифицированных усилий сделать его полезным для внутреннего управления не получится. Но альтернатив ему нет. Хотите эффективно управлять экономикой предприятия? Совместно организуйте свой бухучёт и поддерживайте его на должном уровне. Лучше бухучёт — эффективнее управление экономикой. ■

1. Федеральный закон № 402 от 06.12.2011 «О бухгалтерском учёте».

2. Вахрушина М. А. Бухгалтерский управленческий учёт. - М.: ИКФ Омега-Л, 2010.

3. Ворошилова Н.В. Цикл Шухарта // Образовательный портал «Справочник». — Дата последнего обновления статьи: 18.08.2022.

4. Гардвич А.В. Бухгалтерский учёт с нуля. Самоучитель. - СПб.: Питер, 2013.

5. Ильина А.В., Ильшева Н.Н. Управленческий учёт : учеб. пособие - Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016.

6. Подвойский Г. Л. (составитель). Управление это наука и искусство - М.: Республика, 1992

7. Сольский Б.В., Сольский М.Б. Экономика предприятия - третий взгляд. Межд.науч.эл.журнал «Бизнес-образование в экономике знаний» № 2[19] - Иркутск: Изд-во ИГУ, 2021.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Вахрушина М. А. Бухгалтерский управленческий учёт. - М.: ИКФ Омега-Л, 2010.

Ворошилова Н.В. Цикл Шухарта // Образовательный портал «Справочник». — Дата последнего обновления статьи: 18.08.2022.

Гардвич А.В. Бухгалтерский учёт с нуля. Самоучитель. - СПб.: Питер, 2013.

Ильина А.В., Ильшева Н.Н. Управленческий учёт : учеб. пособие - Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016.

Подвойский Г. Л. (составитель). Управление это наука и искусство - М.: Республика, 1992

Сольский Б.В., Сольский М.Б. Экономика предприятия - третий взгляд. Межд.науч.эл.журнал «Бизнес-образование в экономике знаний» № 2[19] - Иркутск: Изд-во ИГУ, 2021.

Федеральный закон № 402 от 06.12.2011 «О бухгалтерском учёте».

Accounting in the economic management of the company (myths and realities)

© Kakryackaya J., Solsky B., Solsky M., 2024

The most important function of an enterprise is to manage its economy. This function is implemented by the economic management circuit, which is based on the management cycle. The economic management circuit includes accounting. Accounting at an enterprise is the only systematic source of factual information about the economy of a given enterprise. It is designed to perform two functions: external and internal. The internal function is especially valuable. But its implementation is hindered by subjective factors. If these factors are eliminated, accounting will be able to perform the function of management accounting.

Keywords: economic management, management cycle, economic accounting, accounting-management accounting, conditions for the transformation of accounting into accounting management accounting

УДК 331.1

ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ СТАРТАП-КОМПАНИЙ

В данной статье рассматривается понятие «стартап-компания» как молодая и быстро развивающаяся компания, в основе которой лежит инновационная бизнес-идея или технология. Рассмотрены основные этапы запуска нового продукта или услуги на рынок. Представлены различные способы финансирования таких проектов.

Ключевые слова: стартап-компания, идея, продукт, рынок, жизненный цикл, финансирование, быстрорастущий, потребность

На данный момент стартап-компания являются молодым и быстрорастущим бизнесом, основной целью которого является удовлетворить потребности рынка с помощью разработок и предложения инновационного продукта, процесса или услуги. Огромную роль в обществе играют предпринимательство и инновационные идеи и в наши дни их популярность набирает новые обороты, что привело к созданию новой культуры, во главе которой находятся стартап-компании. Такие компании оказывают огромное влияние на современный мир, так как оказывают влияние на бизнес-модели и создают новые потребности.

Но дать четкое определение стартап-компаниям очень сложно, каждый специалист трактует понятие по-разному. В других странах данное определение также является размытым, например, в США их описывают как компании с ограниченной историей функционирования, находящиеся на этапе разработки и поиска рынка. В Индии в определении стартап-компаний заложено три важные характеристики: возраст — менее 5 лет со дня создания; оборот за последние пять лет не более 4 миллионов долларов и цели — инновация, разработка и внедрение новых продуктов и услуг на рынок.

Во многих определениях говорится о цели таких проектов: работа над проблемой, решение, которой не так очевидно и успех проделанной работы не всегда гарантирован. Существует и более короткая формулировка: «стартап — быстрый рост». Все это указывает на то, что определенных критериев и характеристик для стартап компаний на данный момент нет.

Далее рассмотрим классификацию стартап-компаний. Самая часто-используемая классификация завязана на наукоемкости компании:

- стартапы, которые базируются на высоких технологиях. Это бизнес, который ориентирован на научные открытия и требующий серьезное финансирование. Такой вид компаний имеет большой потенциал, но с высоким риском неудачи;
- традиционные стартапы. Данный вид бизнеса базируется на продуктах или услугах, которые просты в реализации со стороны технологий. Потенциал роста таких компаний часто ограничен, но начальные инвестиции зачастую частично или полностью покрывается за счет личных средств основателей компании.

Следующая классификация основана на особенностях продукта и рынка сбыта:

- успешные копии. К данному подвиду относят большую часть российских проектов, которые частично или полностью являются клонами успешных зарубежных компаний, но с применением незначительной адаптации к условиям нашего рынка;
- агрессивные пришельцы. Данный подвид объединяет стартапы, которые ориентированы на захват определенного сегмента рынка и на изгнание конкурента;
- темные лошадки. К данному виду относят стартапы, перспектива которых неясна из-за новаторства. Создатели таких компаний с одной стороны идут на большой риск, делая попытку продвигать такие товары, но с другой стороны в случае успеха продвигаемого продукта гарантирована колоссальная прибыль.

Стартап-компания имеют свой жизненный цикл, состоящий из пяти этапов, которые тесно связаны с решением о жизнеспособности и финансировании того или иного проекта.

Этап разработки. В основе первого этапа лежит поиск идеи бизнеса и разработка технических способов реализации. Инициаторы проводят анализ рынка, клиентов и опираясь на полученные результаты составляет бизнес-план и формирует техническое задание. Далее команда создает прототип продукта и занимается его тестирование. Каждый тест добавляет новые модификации продукту, собираются отзывы и изучается спрос. Также на данном этапе инициативная команда занимается поиском источника финансирования. И последний пункт является одним из важнейших так как дальнейшие этапы могут оказаться очень затратными и при этом не приносить дохода;

Этап запуска. После прохождения продуктом всех тестирований и планирований наступает следующий этап — выход на рынок. Этот этап является наиболее рискованным, потому что новый продукт уязвим перед опытными конкурентами, занимающимися похожими продуктами и услугами. Более того, на данном этапе ошибки, незамеченные при разработке продукта и его подготовки к запуску часто не могут быть решены за короткий промежуток времени из-за увеличения масштабов деятельности компании. На этой стадии стартап команда больше похожа на действующую компанию, уже оформленную как юридическое

лицо, и складывается представление о том, какие люди должны дополнить команду компании;

Этап Роста. На данном этапе компания, показавшая свою конкурентоспособность в прошлом, занимает определенную, часто нестабильную часть рынка, на которую ориентировались основатели стартапа. Рискованность на данном этапе резко падает, проект достигает точки безубыточности и начинает приносить создателям и инвесторам прибыль;

Этап расширения. На данном этапе компания достигает целей, обозначенных при первоначальном планировании, и будучи узнаваемой на действующем рынке, пытается найти способы расширения для проникновения в другие сферы к большому числу потребителей. Это может достигаться как за счет внедрения новых идей, так и за счет модификации старых;

Этап выхода. На данном этапе компания достигает пика своего развития, и перед основателями и инвесторами стоит вопрос о дальнейшей экспансии или же выходе из бизнеса. Также, в течение данного периода часто происходит смена руководства компании, так как возникающие вызовы требуют нового и более опытного взгляда на управление.

Также существует еще один подход, который выделяет три этапа развития стартап-компаний. Первый этап «Problem», который подразумевает анализ наличия проблемы на рынке, требующей решения. И в данном этапе идея — не самый важный элемент, фокус смещен на ее имплементацию. Происходит процесс согласования проблемы и предложенного решения, кроме этого, требуется исследование, приводящееся для выявления потребностей и выяснения, что действительно будет использовать потребитель и за что он будет готов заплатить.

Следующий этап — Market Fit, нужен для ответа на вопрос «Реализованная идея — это то, что нужно потребителю?». После первого этапа, в котором мы выяснили существование проблемы, цель ее решения и возможность полного или частичного ее решения. На следующем этапе происходит тестирования продукта и анализ различных показателей для определения степени решения конкретных проблем клиентов.

Третий этап — Scale отвечает за рост стартап-компания, увеличение штата сотрудников, доли рынка и доходов. По мнению автора данной теории идеальным временем для поиска инвестиционных денежных средств является период после второго этапа и перед началом третьего, потому что на этом промежутке рынок протестирован и определен потенциал будущего роста.

Также существует теория, созданная Мармером, Херманн и Берманн, предполагающая шесть полноценных этапов развития стартап-компаний. И в данном случае первый этап — открытие, на нем происходит проверка есть ли смысл решать данную проблему, будут ли заинтересованные стороны

использовать решения, которые стартап планирует разрабатывать.

Фаза номер два — Валидация, на этом этапе происходит подтверждение заинтересованности пользователей в существующем продукте или услуге.

Следующий шаг — Эффективность, на нем происходит расширение бизнес-модели компании и происходит увеличение числа пользователей.

Этапом номер четыре является расширение, предполагающий рост компаний, увеличение доли рынка и доходов. Пятым этапом происходит максимизация прибыли и шестым обновление стартап-компания или снижения. После прохождения всех шести этапов компания перестает быть стартапом и становится высокоприбыльной компанией.

Далее рассмотрим процесс финансирования стартапов, он отличается от финансирования крупного или среднего бизнеса. Зачастую крупные компании привлекают денежные средства за счет заемных инструментов, например, краткосрочные и долгосрочные банковские кредиты, облигационные займы или лизинг. Новые предприятия сталкиваются с большими трудностями при привлечении капитала. Стартап не имеет предшествующей финансовой истории, а следовательно, отсутствует и репутация. Новые компании могут оказаться не в состоянии получить желаемое финансирование, если у основателей нет активов, подходящих в качестве залога. Кредитные инструменты также малодоступны для стартапов, ведь для них также требуется залог или наличие стабильного денежного потока для возможности платить за проценты.

Также стартап-компания не обладают отдельным финансовым подразделением, которое управляет финансами компаний. Все решения, касающиеся финансов, принимаются управляющей командой стартапа, при этом зачастую основатель компании не обладает финансовым образованием и не имел опыта работы с финансами.

Существует несколько видов финансирования стартапов:

Личные сбережения — финансирование компании путем привлечения только своих собственных средств без обращения ко внешним источникам. Данный способ является одним из самых эффективных и дает большое количество преимуществ в последующих этапах при выводе компании на коммерческую деятельность и получении дальнейшего финансирования извне.

3F (Friends, Family, Fools) — родственники, друзья или знакомые могут выступить источником средств в качестве кредита, часто беспроцентного. Преимущество — упрощенное получение денежных средств без необходимости соответствовать критериям, но у данного способа есть и недостаток — попытки близких людей вмешиваться в управление компании.

Банковский кредит — одной из функций банков является предоставление средств компаниям, которые не могут покрыть свои финансовые потребности в рамках организации. Капитал, как правило, предоставляется в качестве займа и поэтому рассматривается в качестве долга для компании. В дополнение к погашению банк получает платежи с переменной или фиксированной процентной ставкой

Гранты — безвозвратные средства, выделяемые для достижения конкретных целей в установленные сроки. Важно обратить внимание на то, что получить грант достаточно сложно, потребуется подготовка, презентация проекта и предоставление большое количество утвержденных документов.

Бизнес-ангелы или частные инвесторы, которые инвестирует собственные деньги в компании на начальном этапе, если она обладает значительным потенциалом роста. Цель такого инвестора. — возможность продать свою долю через время по цене, которая превысит вложенную сумму.

Венчурный капитал — высокорисковый капитал, направленный на финансирования стартап-компаний с большой вероятностью потерять вложенный капитал. Такой капитал является прямым видом инвестиций и зачастую является основным источником средств для развивающихся компаний. Венчурными инвестициями считаются вложения денежных средств в обмен на долевое владение такой компанией.

Жизненный цикл стартапа состоит из 5 этапов, как уже говорилось ранее, и каждый из шагов имеет свои особые задачи и методы их решения. К этим этапам относят: разработка, запуск, рост, расширение и выход. Обратим внимание на то, что ключевым критерием разделения на этапы является динамика суммарного денежного потока компании, а также уровень необходимых средств для развития бизнеса. Далее рассмотрим наиболее распространенное распределение источников финансирования в зависимости от стадии развития стартап-компаний.

Рассмотрим рисунок 1, на котором можно увидеть распространенную модель изменения доходов стартапа, который развивается согласно описанным этапам. В начале графика кривая дохода показывает стремительное снижение, а также отражает разницу между вложенными средствами и уровнем прибыли в рассматриваемый момент. После того как продукт или услуга выходит на рынок кривая демонстрирует резкое изменение траектории и двигается в другую сторону. Зачастую при достижении этапа зрелости, рост стартап компании замедляется и компании стараются поддержать свой дальнейший рост путем внутреннего развития других направлений или с помощью таких инструментов как слияние или поглощение.

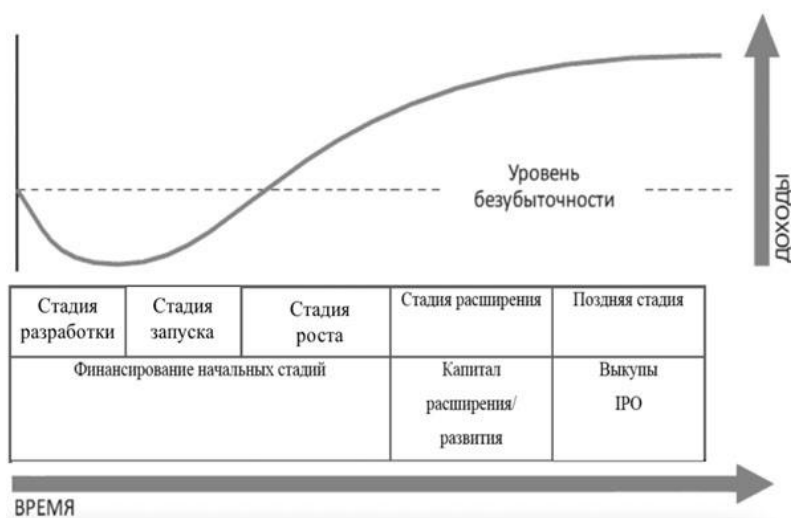


Рис. 1. Финансирование на разных стадиях развития компании

Финансирование на стадии разработки, запуска и роста считаются финансированием начальных стадий. Также обратим внимание на то, что границы между данными стадиями являются условными, потому что на данных стадиях стартап рассматривается как компания, не имеющая опыта работы с отрицательным денежным потоком. Это говорит о том, что на первых этапах поток нужных инвестиций не перекрыт доходами от операционной

деятельности, которой на начальных этапах существования стартапа еще может не быть.

Несмотря на то, что разработки характеризуются значительным привлечением финансирования и расходами для доведения разрабатываемых продуктов до состояния, отвечающего требованию рынка, доход у компании на данном этапе отсутствует что генерирует отрицательный денежный поток у компании, который становится положительным по мере увеличения капитала. Из-за

того, что на начальных этапах привлечь внешние денежные ресурсы достаточно сложно, компания функционирует за счет внутренних ресурсов предпринимателей и безвозвратные внешних ресурсов, которые компании удается получить.

На стадии запуска компаний происходит крупный отток денежных средств. Это показывает ресурсозатратность процесса разработки и модификации продукта. В этот этап происходит поиск первых потребителей, изготавливается прототипа продукта, а также возникают первые финансовые вопросы, которые касаются оценки стоимости компании или получения финансирования от инвесторов. Личные накопленные денежные средства не всегда могут выступить в качестве источника финансирования, потому что требуется постоянная поддержка объема инвестиций и в случае нехватки, компания прекратит свое существование.

Таким образом, на самых ранних этапах новичкам придется рассчитывать ли на собственные средства или средства друзей и знакомых, а также на различные программы поддержки предпринимательства и гранты. ■

1. Иващенко Н. П. Экономика инноваций. Курс лекций / Н. П. Иващенко.– 1-е изд. – Издательство «Проспект», 2018.- 164 с.

2. Косов М.Е., Сигарев, А.В. Источники финансирования инновационных компаний на ранних стадиях / М.Е. Косов, А.В. Сигарев // Финансы и кредит.– 2010.– No22(406).– с. 31-36.

3. Что такое стартапы и в кого они превращаются [Электронный ресурс] // Equity. – Режим доступа: <https://equity.today/что-такое-стартапы-i-v-kogo-oni-prevrashhayutsya.html> (дата обращения: 18.12.2023)

4. Что такое стартап? [Электронный ресурс] // Temabiz– Режим доступа: <http://www.temabiz.com/terminy/что-такое-стартап.html> (дата обращения: 17.12.2023)

5. Ang J.S., Small business uniqueness and the theory of financial management. Small business: critical perspectives on business and management / J. S. Ang. // The Journal of Entrepreneurial Finance.– 1991.– Vol. 2, N. 1.– p. 11-13.

6. Åstebro T., & Bernhart, I. Start-up financing, owner characteristics and survival / T. Åstebro, I. Bernhart // Journal of Business Development.- 2005.– Vol. 55.– p. 303-319.

7. Atherton A. Cases of start-up financing: An analysis of new venture capitalisation structures and patterns / A.

Atherton // International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research.– 2018.– Vol. 18.– p. 28 – 47.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Ang J.S., Small business uniqueness and the theory of financial management. Small business: critical perspectives on business and management / J. S. Ang. // The Journal of Entrepreneurial Finance.– 1991.– Vol. 2, N. 1.– p. 11-13.

Åstebro T., & Bernhart, I. Start-up financing, owner characteristics and survival / T. Åstebro, I. Bernhart // Journal of Business Development.- 2005.– Vol. 55.– p. 303-319.

Atherton A. Cases of start-up financing: An analysis of new venture capitalisation structures and patterns / A. Atherton // International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research.– 2018.– Vol. 18.– p. 28 – 47.

Иващенко Н. П. Экономика инноваций. Курс лекций / Н. П. Иващенко.– 1-е изд. – Издательство «Проспект», 2018.- 164 с.

Косов М.Е., Сигарев, А.В. Источники финансирования инновационных компаний на ранних стадиях / М.Е. Косов, А.В. Сигарев // Финансы и кредит.– 2010.– No22(406).– с. 31-36.

Что такое стартап? [Электронный ресурс] // Temabiz– Режим доступа: <http://www.temabiz.com/terminy/что-такое-стартап.html> (дата обращения: 17.12.2023)

Что такое стартапы и в кого они превращаются [Электронный ресурс] // Equity. – Режим доступа: <https://equity.today/что-такое-стартапы-i-v-kogo-oni-prevrashhayutsya.html> (дата обращения: 18.12.2023)

Organizational behavior models

© Kim A., Lebedeva E., Saralidze E., Cherkasova M., 2024

This article examines the concept of «organizational behavior» as a system of internal and external relationships possessing an internal formal managerial nature. The main models of organizational behavior are considered at three levels of analysis: individual, group, and organizational levels. The main societal development trends influencing the formation of organizational behavior tasks are presented.

Keywords: organizational behavior, organization effectiveness, organization, human resources, behaviorism, personality, organizational behavior concept, organizational behavior model

УДК 331.1

МОДЕЛИ ОРГАНИЗАЦИОННОГО ПОВЕДЕНИЯ

© Ким А. О., Лебедева Е. А., Саралидзе Е. А., Черкасова М. В., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье рассматривается понятие «организационное поведение» как система внешних и внутренних связей, обладающих внутренней формальной управленческой природой. Рассмотрены основные модели организационного поведения на трех уровнях анализа: индивидуальный, групповой и на уровне организации. Представлены основные тенденции развития общества, влияющих на формирование задач организационного поведения.

Ключевые слова: организационное поведение, эффективность организации, организация, человеческие ресурсы, бихевиоризм, личность, концепция организационного поведения, модель организационного поведения

Перед каждой организацией возникает потребность в формировании своего имиджа — определение ценностей, целей, правила поведения сотрудников и их моральные принципы. Имидж помогает повысить уровень репутации среди конкурентов. Важной частью имиджа является корпоративная культура, отвечающая за эффективную работу компании.

В современном мире важнейшим преимуществом любой организации является человеческие ресурсы. Данный фактор приводит к тому, что организационное поведение и применение его основ для управления человеческими ресурсами становится ведущим направлением в области менеджмента.

Организационное поведение — это междисциплинарное направление, главной задачей которого является обеспечение и исследование эффективности функционирования организации. Эффективность оценивается с помощью следующих критериев: достижение целей организации, прибыльность и благополучие участников.

Основной задачей организационного поведения является процесс повышения эффективности управления человеческими ресурсами. На практике все больше внимания уделяется анализу методов и организационным возможностям управления изменениями организационного поведения.

Базовой теорией управления является теория известного француза Анри Файоля, определившего принципы и функции менеджмента. В тоже время на практике используются принципы научного менеджмента, разработанные Фредериком Тейлором. У данных теорий есть общая черта: признание человеческого фактора на предприятии. Указанные теории игнорировали важность эффективного управления поведением людей, которые трудятся в одной группе. Данный недостаток в теории указывает на процесс формирования нового направления в области менеджмента на основе организационного поведения.

Указанная наука сравнительно молодая, а область науки, изучающая организационное поведение еще моложе. В современных концепциях возникает ряд изменений: появление макрорядов, основы лидерства, мотивация сотрудников и др.

Все это приводит к тому, что направлением организационного управления является

макроуровень. И на данном этапе эволюции концепций происходит «смещение» менеджеров, которые выполняют задачу по поиску кадров и тех, кто отвечает за проектирование организации. Так происходит из-за отсутствия понимания важности рассматриваемого направления и его специфики. Данным специалистам важно понимать и уметь «предвидеть» организационное поведение, для этого следует рассмотреть несколько базовых идей о природе человека и организаций:

- индивидуальные особенности. Каждый человек обладает своими особенностями, рождается уникальным, это подчеркивает важность индивидуального подхода менеджера к каждому из сотрудников;

- восприятие. Каждый человек воспринимает происходящие события по-разному. Данная идея подчеркивает человеческий фактор.

- целостность личности. Организация выбирает квалификацию и навык человека, зачастую забывая про наличие целостной личности.

Стремление к соучастию. Некоторые сотрудники активно используют свои таланты в рабочих процессах, что способствует успеху организации. В ответ организации следует поощрять таких работников.

Ценность личности. Каждый сотрудник желает уважительного отношения к себе со стороны руководящего состава.

Мотивированное поведение. Зачастую мотивация, которую предлагает компания, не совпадает с желанием сотрудников.

Также следует обратить внимание на природы организации:

Социальные системы. Организация — это система, деятельность которой регулируется законами общества и психологическими законами.

Общность интересов. У каждой организации есть социальная цель и после ее формирования деятельность компании трансформируется в сторону общности интересов ее членов. На рисунке 1 показана схема, с помощью которой видно то, что общность интересов определяет сверхзадачу организации, решаемую объединенными усилиями наемных работников.

Этические принципы. Для привлечения ценных сотрудников организации выстраивают свою деятельность опираясь на этические принципы.



Рис. 1. Взаимосвязь интересов и сверхзадача организации

Все это помогает повышать эффективность организации, совершенствовать качество выпускаемой продукции и повышать уровень качества обслуживания. В данном случае выгоду также получает общество, приобретающее возможность использовать товары более высокого качества, тем самым стимулируя прогресс и сотрудничество.

Также на организационное поведение влияет размер компании. Система мотивации крупных компании сильно разнится с системой мотивации малых предприятий. Такое отличие возникает из-за того, что в малых компаниях отсутствует возможность вертикального роста по карьерной лестнице и главным мотиватором считается эмоциональная атмосфера в коллективе или отношение с руководством. В крупных компаниях мотиватором может выступать структура компании, ее стратегия развития, стадия развития (интенсивный рост, кризис, стабилизация), тип организационной культуры (сетевая, общинная, наемническая).

Другая, не менее важная характеристика — целевое назначение предприятия. Существуют компании — главная цель которой извлечение прибыли и в то же время существуют некоммерческие организации, у которых основная задача — решить общественно значимые проблемы.

Из вышесказанного следует то, что при поверхностном сравнении организационного поведения в организациях разного типа можно увидеть существенные различия. Данное сравнение подчеркивает не конструктивность толкования объекта организационного поведения как организация любого типа.

Отрасль, занимающаяся изучением организационного поведения, появилась для того, чтобы ответить на запрос менеджеров бизнес-компаний улучшить и повысить эффективность инструментов управления человеческими ресурсами. Основная часть исследований в рассматриваемой отрасли проводилась на компаниях среднего и крупного уровня, что говорит нам о том, что объектом организационного поведения являются большие и средние бизнес-компании со сложным комплексом организационных характеристик. В свою очередь в малых компаниях выявленные закономерности проявляются частично или в свернутом виде.

В современной теории управления принято выделять три уровня организационного поведения:

индивидуальный; групповой; организационный. И предметом организационного поведения будет являться закономерность поведения на всех трех уровнях анализа.

Сперва рассмотрим индивидуальный уровень, в котором акцент сделан на индивидуальные характеристики поведения человека в организации, например, эмоциональное состояние на работе, мотивация сотрудника и др.

На групповом уровне анализа рассматриваются феномены групповых процессов, внутреннее взаимодействие и процессы принятия решения внутри группы.

Третий уровень анализа является организационный, рассматривающий организацию в целом, процесс проектирования, планирования.

Из этого следует то, что организационное поведение существует на нескольких уровнях и на каждом из них предметом является закономерность поведения.

Также обратим внимание на то, что термин «поведение» — ключевой в бихевиоризме (направление психологии) и под ним понимается теоретическое направление, где основную роль играет окружение человека. Упомянутая наука заложила фундамент организационного поведения, данная закономерность прослеживается при рассмотрении понятий, концепций и теорий. На основе существующих теория разрабатываются новые концепции, которые применяются в ежедневной практике в различных организациях. Кроме этого. Важно обратить внимание на то, что существует ряд наук, являющихся теоретической базой для каждого из рассмотренных уровней. Психология рассматривает индивидуальный уровень, социология — групповой, а теория организаций — организационный.

При анализе индивидуального поведения важную роль играет исследование психологии личности, в свою очередь при рассмотрении группы следует обратить внимание на исследование малых групп.

Процесс управления человеческими ресурсами показывает уровень знаний на практике или обобщает различные методы, технологии и инструменты, используемые при данном процессе. К таким инструментам можно отнести оценку персонала, подбор персонала, его адаптация и др. При рассмотрении указанных инструментов можно увидеть отличие организационного поведения, описанное теоретическим уровнем и тем, что

опирается на результаты исследований и разрабатывает концепции для практики. Примерами данных концепции являются: концепции трудовой мотивации, организационный стресс или модель удовлетворенности трудом.

Из этого следует то, что организационное поведение является теоретической базой в процессе преобразования практики управления человеческими ресурсами.

Направление развития общества влияют на формирование задач организационного поведения, тем самым трансформируя их под современные условия и запросы общества. Такими тенденциями являются:

- быстрое технологическое развитие;
- глобализация и рост популярности транснациональных компаний;
- рост ожиданий людей от организаций;
- демографические изменения рабочей силы: тенденции роста и разнообразия.

Рассмотрим направления демографических изменений рабочей силы. Одним из основных направлений является рост длительности трудовой деятельности. Так происходит из-за того, что с каждым годом увеличивается продолжительность жизни. Вторым направлением является рост количества работающих женщин, которые заинтересованы в карьерном росте. Также усиливается расовое и этническое разнообразие среди работников различных компаний.

Рассматриваемые тенденции влияют на разработку новых способов и концепций управления человеческими ресурсами. Ожидания сотрудников меняются и затрагивают основные аспекты деятельности любой организации.

Гибкость. Каждый сотрудник ожидает от организации ответ на его потребности, например, гибкий график работы.

Неэтичность поведения руководства и компании в целом. Компаниям следует обратить внимание на этические ценности, требования закона, потому что социально-этическая ответственность компаний ежедневно возрастает.

Ожидание высокого качества выпускаемых товаров и оказываемых услуг.

На деятельность компании оказывают влияние устойчивые формы, складывающиеся внутри нее. Данная проблема особо актуальна на практике и к ней существует разных подходов. В данной статье будет рассмотрена работа американских исследователей Девиса и Ньюстрона, где рассмотрено четыре модели организационного поведения: опека, поддержка, коллегиальная и авторитарная.

Авторитарная модель подразумевает ориентир работников на подчинение, что влечет к тому, что подчиненные становятся зависимыми от начальника. Фундаментом данной модели является власть и полномочия руководящей должности, «заставляющие» выполнять распоряжения. Данная

модель имеет минус — сотрудники не вовлечены в процесс труда, отсутствуют амбиции и не делают больше того, что от них требуют. Из-за того, что у сотрудников нет права голоса, формируется неуверенность и происходит разочарование в своей деятельности. В нашей стране данная модель является популярной в большинстве организациях различного уровня. Так происходит потому, что менталитет в России обладает такой чертой как желание следовать за рынком, а также отсутствует связь результата труда сотрудников и размера материального вознаграждения.

Вторая модель — опека. При такой модели руководитель относится к организации как к своей семье. Опека ориентирована на экономические ресурсы и их распределение. И в данной модели под ресурсами понимаются не только финансовые аспекты, но время работы, удобное расписание, распределение нагрузки, личные отношения и др. В свою очередь работники ориентированы на льготы и личную безопасность. Благодаря этому у работников возникает сильная зависимость от организации.

Вторая модель эффективна при сложившихся условиях недостаточности ресурсов. Уровень заботы о работниках значительно выше и удовлетворяет их, но продуктивность у такого коллектива не всегда высока.

Следующая модель — поддержка. Является наиболее популярной на данный момент. В сравнении с рассмотренными выше моделями данная имеет ряд преимуществ. Такая модель опирается на руководство, ориентирующиеся на поддержание взаимоотношения, а у работников в свою очередь приоритет на выполнение конкретных заданий (в отличие от прошлой модели, где приоритет — получение льготы или привилегии), а также у коллектива появляется возможность принять участие в процессе принятия решения. В данной модели удовлетворяется потребность в признании и статусе, возникает опора на внутренние стимулы.

Обратим внимание на то, что поддерживающая модель работает при минимальном количестве ресурсов любого вида (финансовые, информационные и др.)

К данной модели Россия в наши дни не готова, потому что топ-менеджеры не желают оплачивать прорывы или перевероты, которые сотрудники могут совершить на рынке. Также сотрудники не готовы к данной модели. Самым близким регионом, в котором поддерживается данная модель, является Казахстан. Данный регион отличается отношением к труду из-за более жестокой политики выживания. В России данную модель легче строить на юге страны, потому что центральная часть преобладает обилием работы, где можно «не напрягаться».

Также для построения данной модели в нашей стране существует еще одно препятствие — тяжело получить эффективную обратную связь. Каждый

сотрудник совершает ошибки, а если у человека большое количество полномочий, ошибок становится больше, что приносит компании убытки. Поэтому важна не только постоянная связь работника и руководителя, но и ее своевременность и объективность. В России сотрудник не передает обратную связь руководителю, он боится позвонить начальнику и попросить помощи при срыве проекта. Работник старается скрыть правду, обмануть. Никому не хочется нести ответственность — мы опять упираемся в уровень развития сотрудников

Рассмотрим четвертую модель — коллегиальную. Модель является привлекательной, но тяжелая в реализации, потому что требует избыток ресурсов, а в наши дни это не всегда реально.

Модель является теоретической, потому что на практике встречается очень редко и подразумевает партнерские отношения людей, которые объединены в одну группу для выполнения общей цели. Иными словами, когда коллектив чувствует, что менеджер также вносит свой вклад в процесс достижения цели, коллектив принимает руководителей в «свой круг».

На данный момент организационное поведение — это один из базовых курсов в школах бизнеса. Его роль в академических программах возрастает в связи с тенденцией роста организаций и их регулярных преобразований, основанных на полученных знаниях

Поведение работника в организации определено большим количеством факторов, которые важно учесть в процессе управления организационным поведением. А также формировать и менять указанные факторы в благоприятную сторону для повышения эффективности деятельности организации и ее развития. Например, профиль деятельности конкретной организации, стиль руководства, сложившиеся ценности в коллективе, стимулирование труда работников.

Диагностика организационного поведения позволяет руководителям предприятий выявить психологические особенности работников и подобрать оптимальные средства воздействия: административные, экономические и социально-психологические. Общеизвестными методиками данной диагностики является наблюдение, анкетирование, которое целесообразно для большого количества участников, и проведение тестирования, предложенного самыми разнообразными авторами.

Одним из основных факторов, влияющих на организационное поведение, является стимулирование трудовой деятельности. Под данным понятием понимается комплекс мер, применяемых со стороны субъекта управления для повышения эффективности деятельности предприятия. Различные стимулы помогают повысить производительность труда, сформировать высокоморальный климат в коллективе и удовлетворить материальные (премии,

компенсации, надбавки) и нематериальные (организация питания, публичное общественное признание тех или иных заслуг, дополнительные выходные дни) потребности сотрудников.

Из этого следует то, что современная организация — это система как внешних, так и внутренних связей, и взаимодействий, которые обладают формальной управленческой природой и основывается на социально-психологических механизмах. Таким образом, для того, чтобы успешно управлять нужно сочетать административные, психологические и мотивационные рычаги воздействия на организационную систему. ■

1. Аширов Д.А. Организационное поведение: учеб. пособие/ Д.А. Аширов. — М.: «Проспект», 2021. — 360 с.
2. Бондаренко В.В., Васин С.М., Седлецкий А.В. Организационное поведение / В.В. Бондаренко, С.М. Васин, А.В. Седлецкий. — М.: «КноРус», 2018. — 288 с.
3. Виноградова И.М., Новичков В.И., Семенова В.В. Организационное поведение: Учебно-методический комплекс для студентов. / И.М. Виноградова, В.И. Новичков, В.В. Семенова. — М.: «Дашков и К», 2021. — 96 с.
4. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник/ О.С. Виханский, А.И. Наумов. — М.: «Высш. шк.», 2022. — 224 с.
5. Юсупов А. Зарплата зависит от качества труда, а не наоборот / А. Юсупов. — М.: «Человек и труд», 2019. — 340 с.
6. Леонова И. С. Конфликтное поведение персонала предприятий условиях организационных культур разного типа: автореферат дис. ... кандидата социологических наук / И. С. Леонова Ирина Сергеевна; Нижегород. гос. ун-т им. Н.И. Лобачевского. — Нижний Новгород, 2015. — 24 с

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

- Аширов Д.А. Организационное поведение: учеб. пособие/ Д.А. Аширов. — М.: «Проспект», 2021. — 360 с.
- Бондаренко В.В., Васин С.М., Седлецкий А.В. Организационное поведение / В.В. Бондаренко, С.М. Васин, А.В. Седлецкий. — М.: «КноРус», 2018. — 288 с.
- Виноградова И.М., Новичков В.И., Семенова В.В. Организационное поведение: Учебно-методический комплекс для студентов. / И.М. Виноградова, В.И. Новичков, В.В. Семенова. — М.: «Дашков и К», 2021. — 96 с.
- Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник/ О.С. Виханский, А.И. Наумов. — М.: «Высш. шк.», 2022. — 224 с.
- Леонова И. С. Конфликтное поведение персонала предприятий условиях организационных культур разного типа: автореферат дис. ... кандидата социологических наук / И. С. Леонова Ирина Сергеевна; Нижегород. гос. ун-т им. Н.И. Лобачевского. — Нижний Новгород, 2015. — 24 с
- Юсупов А. Зарплата зависит от качества труда, а не наоборот / А. Юсупов. — М.: «Человек и труд», 2019. — 340 с.

Organizational behavior models

© Kim A., Lebedeva E., Saralidze E., Cherkasova M., 2024

This article examines the concept of «organizational behavior» as a system of internal and external relationships

possessing an internal formal managerial nature. The main models of organizational behavior are considered at three levels of analysis: individual, group, and organizational levels. The main societal development trends influencing the formation of organizational behavior tasks are presented.

Keywords: organizational behavior, organization effectiveness, organization, human resources, behaviorism, personality, organizational behavior concept, organizational behavior model

УДК 339.9

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ САНКЦИЙ НА ИНВЕСТИЦИОННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НЕФТЕГАЗОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

© Клементьева Ю. О., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Инвестиционная деятельность является важным направлением работы крупнейших производственных корпораций страны, результаты которой несут существенное влияние на состояние экономики страны и ее положение на мировом рынке. События 2022 г., связанные с наложением санкционных ограничений на российскую экономику, повлекли за собой существенное изменение в стратегии реализации инвестиционных проектов. Перед большинством крупных игроков производственных предприятий важной целью стал поиск методов и решений как, несмотря на все ограничивающие факторы, реализовать комплекс инвестиционных программ и достичь назначенных стратегических целей. Данное исследование будет посвящено анализу состояния инвестиционной деятельности предприятий нефтегазовой отрасли после применения санкционных ограничений.

Ключевые слова: инвестиционная деятельность, инвестиционные программы, проектная деятельность, нефтегазовая отрасль, санкционная политика

На сегодняшний день нефтегазовый комплекс является одним из лидирующих секторов национальной экономики, являясь также важным источником поставки ресурсов для ряда зарубежных государств. Развитие нефтегазовой отрасли выступает стратегической задачей России, которая способствует развитию других сфер деятельности, выступая в своем роде важным заказчиком для компаний разного масштаба и специфики работы, и даже формирует отдельные отрасли.

Эффективная работа данной отрасли зависит от множества факторов, тем не менее, всегда есть вероятность возникновения неожиданных событий, которые способны внести кардинальные корректировки в работе предприятий, как, например, внешнеэкономическая обстановка и положение страны на мировом рынке.

Ситуация, сложившаяся между Россией и Украиной, повлекла за собой применение санкционных ограничений США, странами Европейского союза и некоторыми другими странами в адрес российской экономики. Данные меры были применены к различным сферам экономики страны, в частности и на производственные предприятия. Стоит отметить, что комплекс санкционных мер не оказал значительного влияния на экспорт и поставку нефти, но существенно отразился на инвестиционной деятельности корпораций, которая заключалась в достижении плановых результатов по

завершению ключевых стратегических проектов. Важными проектами масштабного формата являются: разведка и добыча в арктических шельфовых районах и на глубоководных нефтяных месторождениях, а также проекты по добыче сланцевой нефти. Также в планах у предприятий нефтегазовой отрасли стоит реализация газовых проектов. Россия является одним из ключевых игроков на мировой рынок по поставке природного газа. «Газпром», «Роснефть», «Ямал СПГ» и другие компании имеют лицензии на экспорт сжиженного природного газа.

На фоне всех произошедших событий, произошли существенные изменения в стратегии ведения инвестиционной деятельности как на уровне компаний, так и в стране в целом. Следует обратить внимание, что до наложения санкционных ограничений на российскую экономику нефтегазовая сфера являлась наиболее привлекательной отраслью для вовлечения в нее инвестиций. Образовавшиеся ограничивающие условия для ведения инвестиционной деятельности сподвигли руководство корпораций страны искать новые пути решения и способы для поддержания инвестиционного портфеля с ранжированием ключевых проектов, требующих реализации и благополучного достижения поставленных компанией целей.

Существенную долю финансирования многих инвестиционных программ крупных корпораций нефтегазового комплекса занимал зарубежный

капитал. Однако, после событий 2022 г. сократился приток зарубежных инвестиций в стратегически важные проекты. Также, большинство иностранных корпораций продали свою долю владения ценными бумагами крупнейших российских предприятий.

Например, в 2022 году британская компания «BP» (British Petroleum) объявила о продаже 19,75 % акций ПАО «НК «Роснефть». По результатам 2022 г. общая сумма до налоговых расходов за отчетный период, связанных с инвестициями BP в «Роснефть» и другие предприятия «Роснефти» в России, составляет 25,52 млрд. долл. Доля «BP» в «Роснефть» компания пересмотрела до 24 млрд. долл., тем самым компания по заявлениям главы «Роснефти» остается теневым акционером компании [3].

В мае 2022 г. «Лукойл» сообщил о покупке российских активов дочерних обществ «Shell» в России. Сделки заключались в приобретении 100 % «Шелл нефть», владеющая 411 АЗС и производством смазочных материалов. Данной соглашением также позволило сохранить порядка 250 рабочих мест сотрудникам, работающих в «Шелл нефти» [4].

Также, в 2022 г. норвежская компания «Equinor» объявила о приостановке инвестиций в российскую экономику и выходе из совместных предприятий страны. Вместе с тем, в том же 2022 г. «Equinor» сообщила об отказе вступления в сделки по продаже и транспортировке нефти и нефтепродуктов из России и т.п.

Прекращение деятельности и продажи активов зарубежными компаниями повлекла за собой существенные изменения в структуре капитала российских производственных компаний, которые также могут пойти на пользу.

Еще одним немаловажным фактором, негативно отразившимся на реализации инвестиционных проектов предприятий, стало ограничение доступа к технологиям и услугам зарубежных поставщиков, которые либо были задействованы в реализации работ, либо могли потенциально быть использованы.

Сложности с поставками капиталоемкого импорта негативно отразились на инвестиционных планах компании, т.к. ограничительные меры не столько ограничили закуп импортного оборудования, сколько усугубили ситуацию и с задержками и перебоями поставок оборудования и комплектующих.

Согласно проведенному опросу Банка России, порядка 89 % респондентов столкнулись с данной проблемой при проведении закупочных процедур зарубежного оборудования, на 73 % респондентов приходится проблемы с закупом зарубежных комплектующих [5].

В соответствии с планом, около 64 % респондентов предполагали произвести закуп нового оборудования и машин, среди них порядка 46 % предприятий заложили в свои инвестиционные расходы приобретение той части оборудования,

приобретение и поставка которого должны были быть произведены в 2022 г., но по причине санкций сроки были смещены.

В то же время, изменение сроков как по проведению закупочных процедур, так и по поставкам оборудования для инвестиционных проектов всегда носит отрицательный характер, смещая тем самым сроки графика реализации проекта, что в свою очередь несет ряд последствий: срыв сроков завершения проектов, что также может повлечь за собой смещение сроков ввода в эксплуатацию. В результате чего возникают убытки финансового, социального, экологического и иного характера. Так, например, каждый просроченный день должен быть обеспечен дополнительными ресурсами, которые в совокупности увеличивают затратную составляющую бюджета проекта. Также смещение графика реализации проекта может повлечь за собой изменения сроков работ, либо перенос на не определенный срок других проектов предприятия [1].

Реализация отложенных из-за санкций проектов поддерживает динамику инвестиций в 2023 г., но более долгосрочные инвестиционные планы характеризуются большой степенью неопределенности, в частности это связано с отсутствием должного понимания уровня возможности их реализации.

Ограничения по части доступности зарубежного оборудования приводят к тому, что компаниям приходится искать альтернативные варианты, которые в большей степени характеризуются низкими качественными и производственными характеристиками, в результате чего, рассматривая эксплуатацию оборудования в более долгосрочной перспективе, возникает фактор риска технологического отставания [2].

Помимо вышеперечисленных сдерживающих последствий от ведения санкционной политики в отношении России, стоит выделить еще ограничения по части привлеченного зарубежного капитала в отечественные инвестиционные проекты. Большинство проектов производственных предприятий носят масштабный характер и требуют большой объем капитальных вложений. До наложения санкций, распространенным источником финансирования проектов выступали зарубежные инвестиции. Денежные средства могли поступать в виде инвестиций отдельной частью компании, либо в виде заемного капитала у иностранного банка. На сегодняшний день в США запрещено осуществлять кредитование таких российских предприятий, как: «Роснефти», «Транснефти», «НОВАТЭК», «Газпром», «Лукойл» и их различных дочерних компаний, в которых эти организации владеют долями в размере 50 % или более.

Американским компаниям запрещено сотрудничать с известными компаниями, которые задействованы в разработке российских глубоководных районов, в шельфовых проектах в

Арктике или сланцевых проектах с потенциалом добычи нефти.

Таким образом, сложившаяся ситуация позволила России укрепить отношения с Китаем, в результате чего, формируются совместные проекты нефтегазовой отрасли с участием Китайских корпораций. Кредиты китайских банков обеспечат в дальнейшем большую часть необходимого внешнего финансирования через отдельные сделки, заключенные с Экспортно-импортным банком Китая и Банком развития Китая.

Несмотря на то, что Россия считается крупным поставщиком природного газа, количество поставок в Китай было ограничено, т.к. в долгосрочной перспективе планировалось развитие отношений с Европейским союзом (ЕС) и соответственно большой объем поставок природного газа приходился был на европейский рынок. Однако, под давлением санкций ЕС сократил потребляемый объем газа, в результате чего возникла необходимость в поисках новых рынков сбыта. И таким рынком стала Китайская народная республика.

Вместе с проектами экспорта трубопроводного газа в Китай, такими как действующая «Сила Сибири-1» и планируемая «Сила Сибири-2», месторождение может стать в будущем важным источником российского экспорта в страны Азиатско-Тихоокеанского региона, месторождением сырья для потенциальных проектов «Владивосток-СПГ», расширения «Сахалин-2 СПГ» и трубопроводов «Сахалин-Китай».

Санкционная политика США и Европейского союза смогли ограничить доступ ко многим ресурсам российским нефтегазовым компаниям, вызвав в своем роде торможение реализации важных ключевых проектов. Тем не менее, все эти негативные внешнеэкономические факторы позволили российской экономике открыть другие возможности для реализации. Санкции ускорили поворот России в сторону Азии. Ведение бизнеса с Китаем стало особенно полезным для экономики производственных предприятий страны.

В качестве примера положительного влияния случившихся изменений, можно взять ускорение переговоров России с Китаем по газопроводу «Сила Сибири», которые ранее тянулись годами. Сегодня газ транспортируется из Восточной Сибири в северо-восточный Китай.

Данная сделка по транспортировке газа позволила не только не потерять наращиваемые объемы поставок, но, а также занять существенную долю рынка в Китае.

Планируемый к реализации проект по строительству газопровод «Сила Сибири-2», который пройдет от полуострова Ямал в Китай через Монголию, находится на прединвестиционной стадии.

Таким образом, Россия столкнулась с вызовами, продиктованными санкционной политикой США, Европейским союзом и рядом других стран. В результате чего были освоены новые возможности. Несмотря на то, что на место некоторые зарубежных технологий, были пришли отечественные разработки, необходимое для реализации проектов оборудование было заменено на аналоги, а вместо устоявшихся партнерских отношений со странами ЕС и США, развились новые с другими странами, преимущественно с Китаем. Тем не менее, давление санкций не уменьшается, а риски реализации инвестиционных проектов все также остаются. ■

1. Артемьев Р.В. Актуальные проблемы управления проектами // научно-практический электронный журнал Аллея Науки, 2018. - №4(20). – С.7.

2. Бабурина А.П., Галочкин В.Т. Влияние экспорта газа, нефти, оборудования на внешнеторговый баланс в РФ. Хроноэкономика. 2021 (6). – с. 51–55.

3. Британская ВР объявила о намерении продать долю в «Роснефти». [Электронный ресурс] – URL: <https://www.rbc.ru/business/27/02/2022/621bae819a79470a66b3495f>

4. «Лукойл» закрыл сделку по приобретению АЗС и завода Shell в России [Электронный ресурс] – URL: <https://www.vedomosti.ru/business/news/2022/05/25/923495-lukoil-zakril-sdelku-shell>

5. Карлова Н., Морозов А., Пузанова Е. «Ограничения на импорт сдерживают экспорт: результаты опроса предприятий». Аналитическая записка. Банк России. 2023 год. Январь. [Электронный ресурс] – URL: http://www.cbr.ru/Content/Document/File/154320/analytic_note_20230926_dip.pdf

6. Панкратова Л.Д. Система управления проектными рисками // Московский экономический журнал, 2020. - №4. – С.417.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

«Лукойл» закрыл сделку по приобретению АЗС и завода Shell в России [Электронный ресурс] – URL:

<https://www.vedomosti.ru/business/news/2022/05/25/923495-lukoil-zakril-sdelku-shell>

Артемьев Р.В. Актуальные проблемы управления проектами // научно-практический электронный журнал Аллея Науки, 2018. - №4(20). – С.7.

Бабурина А.П., Галочкин В.Т. Влияние экспорта газа, нефти, оборудования на внешнеторговый баланс в РФ. Хроноэкономика. 2021 (6). – с. 51–55.

Британская ВР объявила о намерении продать долю в «Роснефти». [Электронный ресурс] – URL: <https://www.rbc.ru/business/27/02/2022/621bae819a79470a66b3495f>

Карлова Н., Морозов А., Пузанова Е. «Ограничения на импорт сдерживают экспорт: результаты опроса предприятий». Аналитическая записка. Банк России. 2023 год. Январь. [Электронный ресурс] – URL: http://www.cbr.ru/Content/Document/File/154320/analytic_note_20230926_dip.pdf

Analysis of the impact of sanctions on the investment activity of oil and gas enterprises

© Klementeva I., 2024

Investment activity is an important area of work of the largest manufacturing corporations in the country, the results of which have a significant impact on the state of the country's

economy and its position on the world market. The events of 2022, related to the imposition of sanctions restrictions on the Russian economy, led to a significant change in the strategy for the implementation of investment projects. For most of the major players in manufacturing enterprises, an important goal was to find methods and solutions for how, despite all the limiting factors, to implement a set of investment programs and achieve the assigned strategic goals. This study will be devoted to the analysis of the state of investment activity of oil and gas industry enterprises after the application of sanctions restrictions.

Keywords: investment activity, investment programs, project activity, oil and gas industry, sanctions policy

УДК 174(51)

УПРАВЛЕНИЕ КРОСС-КУЛЬТУРНЫМИ КОНФЛИКТАМИ В ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЯХ НА ПРИМЕРЕ HUAWEI

© Копылова Н. В., Ли Вэньлун, 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Исследование посвящено проблеме управления кросс-культурными конфликтами в транснациональных корпорациях. Поликультурная бизнес-среда ТНК рассматривается как потенциальный источник недопонимания и конфликтов, что обуславливает необходимость оптимизировать коммуникационные процессы в организации. В статье приводятся некоторые модели управления конфликтными ситуациями. Анализируется опыт китайской ТНК Huawei, в которой приоритетным предстает предотвращение и своевременное урегулирование конфликтов с помощью эффективной корпоративной культуры и специального обучения сотрудников.

Ключевые слова: кросс-культурный конфликт, управление конфликтами, корпоративная культура, межкультурная коммуникация, бизнес-культура Китая

С ростом числа транснациональных компаний и их всё большим влиянием на глобальные экономические процессы повышается и необходимость грамотного и эффективного кросс-культурного менеджмента. Одним из важнейших элементов управления «культурным многообразием» является конфликт-менеджмент. Это связано, прежде всего, с конфликтогенной природой поликультурной деловой среды ТНК. Культурные различия, существующие между сотрудниками, могут стать барьерами, препятствующими их успешному взаимодействию, а также потенциальными источниками недопонимания и конфликтов.

Целью данной статьи является описание процесса кросс-культурного управления конфликтами в ТНК на примере китайской корпорации Huawei.

Поставленная цель требует решения следующих задач:

- раскрыть понятие кросс-культурного конфликта;
- привести основные подходы к управлению конфликтами в организациях;
- рассмотреть некоторые практики управления кросс-культурными конфликтами в ТНК Huawei.

Актуальность данного исследования обусловлена возрастающей потребностью в выявлении эффективных стратегий кросс-

культурного конфликт-менеджмента в компаниях в современных условиях глобализации.

В широком смысле конфликт можно трактовать как отсутствие консенсуса, противостояние сторон, направленное на преодоление противоречий, связанных с противоположностью и несовместимостью интересов, ценностей и целей [1; 2; 3; 4]. Конфликт обладает такими характеристиками, как биполярность, динамичность, активность и субъектность (наличие субъекта или субъектов как носителей конфликта) [2, с. 25-26].

Под кросс-культурным конфликтом следует понимать конфликт между носителями различных культур на почве определенных культурных обстоятельств — различных ценностей, менталитетов, установок и т.п. [1, с. 198]. Распространённой причиной такого конфликта является ошибка атрибуции — некорректное приписывание предмету, явлению или человеку свойства, которым он не обладает. Ошибкой атрибуции является неверное истолкование мотивов поведения партнера по коммуникации. Так, культурное столкновение происходит, когда носитель одной культуры ожидает, часто необоснованно, от представителя другой культуры конкретных действий в определенной ситуации, но обнаруживает совершенно иные действия. Недоразумения такого рода могут быть связаны с недостаточной культурной сензитивностью

субъектов [5, с. 125]. Схожей точки зрения придерживаются С.П. Мясоедов и Л.Г. Борисова, которые считают, что «любой кросс-культурный конфликт базируется на двух основных проблемах: нарушение эффективности кросс-культурных коммуникаций и столкновение поведенческих стереотипов» [3, с. 209].

Конфликтотенность культурно неоднородных коллективов часто связывают с понятием культурных барьеров. В межкультурной коммуникации выделяется шесть барьеров: 1) допущение сходства (люди полагают, что все они одинаковы); 2) языковые различия (люди думают, что слова и фразы имеют только то значение, которое они хотели бы передать); 3) ошибочные интерпретации невербальных действий; 4) влияние стереотипов и предрассудков; 5) бессознательное стремление давать оценку всем незнакомым культурным явлениям; 6) тревога и напряжение из-за неопределенности поведения партнеров по межкультурной коммуникации [6, с. 34].

Говоря об управлении конфликтами в целом, можно сказать, что оно подразумевает процесс контролирования конфликта самими участниками или внешними силами (общественными институтами, властью, предпринимателями, специальными лицами и т. д.). Независимо от уровня возникновения конфликта, его участники, столкнувшись с разногласиями, способны локализовать конфликт, ограничить его определенными рамками, не допуская его эскалации и тем самым управляя им [2, с. 335-336].

Стандартные шаги по решению уже случившегося кросс-культурного конфликта включают:

- анализ конфликтной ситуации и выявление причин ее возникновения. Как уже говорилось выше, проблемы недопонимания в кросс-культурных коллективах можно разделить на две группы: коммуникационные и поведенческие.

- разработка тактик — шагов по оперативному и оптимальному урегулированию ситуации.

- разработка мер стратегического характера, которые помогут избежать аналогичных конфликтов в будущем. Погашение одного частного конфликта не гарантирует решение проблемы в целом [3, с. 210].

Остановимся на данных шагах подробнее.

Сначала необходимо провести мониторинг основных коммуникаций и коммуникативных нарушений на предприятии. Важно проверить следующее: не является ли причиной конфликта различное восприятие контекста высшим и средним звеном менеджмента; не является ли проблемой плохое знание иностранного языка, профессионального языка, недостаточная квалификация переводчика; не наблюдается ли изолированность отдельных групп, их неучастие в мероприятиях компании, где можно установить

связи с коллективом; не вызывает ли вопросов невербальная коммуникация [3, с. 211-212].

Часто причиной кросс-культурных конфликтов являются различия целевых и мотивационных поведенческих стереотипов. В западной культурной традиции доминирует рациональное видение перспективы. В восточной деловой культуре доминанта носит эмоциональный контекст — важно следовать традициям и сохранять гармонию в отношениях. Так, мотивация работников в индивидуалистских культурах зачастую связана с вознаграждением и поощрением личности. С другой стороны, мотивация в коллективистских культурах больше базируется на коллективных поощрениях, сплоченности коллектива. Имеют значение и иные факторы. В культурах с высокой степенью принятия неопределенности мотивация сотрудников во многом основана на обеспечении гарантии занятости и стабильности [7, с. 121]. Другой пример: в восточных и западных культурах восприятие скорости течения времени существенно различается. Для одних культур (например, культур Ближнего Востока) решение требует длительного обсуждения, а в других (например, в англосаксонской) предпочтение отдается пусть не идеальному, но быстрому решению.

После проведения мониторинга конфликтной ситуации проводится оценка степени эмоционального напряжения конфликтующих сторон: первая степень — ситуация поддается урегулированию, вторая степень — решение конфликта затруднительно, но процесс все еще обратим, третья степень — глубокая стадия конфликта, требующая радикальных решений [3, с. 213-214].

Далее исследователи выделяют четыре основных подхода к улаживанию конфликта, которые могут как использоваться по отдельности, так и сочетать элементы друг друга:

Стратегия адаптации и развития толерантности. Предполагает поиск компромиссов, является оптимальной. Реализация происходит посредством тренингов по кросс-культурному управлению, мозговых штурмов, ряда популистских корпоративных мероприятий для снятия социального напряжения (выездные пикники, экскурсии для семей сотрудников и т.д.). Данная стратегия позволяет восстановить доверие и двигаться дальше.

Стратегия культурной интервенции, или перемешивания. Предполагает ротацию состава международных команд и перемещение людей между подразделениями. Подобная перетасовка дает возможность ослабить или погасить кросс-культурный конфликт за счет нарушения сложившихся межкультурных контактов в неформальных группах и выигранного времени, которое руководство может использовать на изменение ситуации к лучшему.

Стратегия управленческой интервенции. Предполагает установление жестких норм, нарушение которых строго карается. Правила декларируются, затем обсуждаются и корректируются, пока они не вступили в силу. После их утверждения они неукоснительно соблюдаются.

Стратегия отсечения. Предполагает радикальные кадровые изменения и используется в случае запущенности конфликта. В результате данной стратегии в организации остаются те, кто принял новую систему ценностей и новые правила [3, с. 215-217].

Согласно другой точке зрения, методы управления конфликтами в организации подразделяются на структурные и персональные. К первой группе относятся такие методы, как:

- разъяснение требований к работе (метод предполагает четкое разделение должностных обязанностей и функций, что снимает многие разногласия);

- применение координационного и интеграционного механизмов (метод осуществляется с помощью установления иерархии полномочий на основе принципа единоначалия);

- установление общеорганизационных комплексных целей (метод реализуется посредством мотивации персонала при условии высокоразвитой корпоративной культуры, где цели и ценности организации принимаются каждым работником и рассматриваются как общее благо);

- эффективное использование поощрения и наказания (метод реализуется при соблюдении принципа справедливости и гласности).

Вторую группу методов составляют персональные методы, предполагающие непосредственное воздействие руководителя на потенциальных или реальных участников конфликта. Эти методы включают:

- использование власти (применение различных санкций, таких как запреты или делегирование полномочий, к участникам конфликта);

- изменение конфликтной мотивации сотрудников (воздействие на мотивы работников административными мерами, например, направлением на обучение или повышением);

- убеждение участников конфликта (проведение разъяснительной работы);

- Изменение состава участников конфликта или системы их взаимодействия (организационно-штатные перемещения);

- экспертный метод (привлечение для решения конфликта эксперта-медиатора) [4, с. 120-121].

Еще один подход к решению конфликтов предполагает пять стилей поведения участников:

Соревнование — «прав тот, кто сильнее». Это активный, не стремящийся к сотрудничеству стиль, сопровождаемый ситуацией «победа-поражение».

Сотрудничество — «давайте решим это вместе» — активный стиль, когда обе стороны конфликта

стремятся найти выход, выгодный обеим. Данная стратегия часто называется подходом «победа — победа».

Уход от конфликта — «оставьте меня в покое» — пассивный и не стремящийся к сотрудничеству стиль. Разрешение конфликтной ситуации постоянно откладывается, используются различные полумеры, чтобы заглушить конфликт, или скрытые действия, позволяющие избежать более острой конфронтации.

Уступчивость — «только после вас» — пассивный, стремящийся к сотрудничеству стиль. Одна из сторон конфликта пытается умиротворить другую сторону и поставить ее интересы выше собственных.

Компромисс — «давайте пойдем друг другу навстречу» — при этой манере поведения обе стороны конфликта идут на взаимные уступки, частично отказываясь от своих требований. В этом случае никто не побеждает, и никто не проигрывает [1, с. 201-202].

Резюмируя вышеизложенное, можно сказать, что конфликты в организациях неизбежны, но решаемы. Однако необходимо помнить о неповторимости каждого из них и, соответственно, об отсутствии универсального алгоритма шагов по их решению. В целом, существует широкое разнообразие методов, стратегий и поведенческих моделей, используемых для управления конфликтами: формальные и неформальные, мягкие и жесткие, универсальные и специфические. Выбор оптимальных путей разрешения конфликтов зависит от ситуации. Так как данное исследование посвящено кросс-культурным конфликтам, то меры по их урегулированию будут культурно обусловленными.

Если конфликт признается управляемым, то он может развиваться как по конструктивному, так и по деструктивному пути. Целью управления конфликтами, таким образом, является предупреждение их деструктивного развития. В связи с этим большую роль приобретает работа по предотвращению конфликтов либо по их своевременному обнаружению и незамедлительному решению.

Следующим этапом нашего исследования является рассмотрение опыта кросс-культурного управления китайской ТНК Huawei относительно предупреждения и урегулирования кросс-культурных конфликтов.

На сегодняшний день китайская компания Huawei представляет собой транснациональную корпорацию, в которой трудится огромное количество сотрудников и всевозможных внештатных специалистов. Компания является крупнейшим в мире поставщиком сетевого и телекоммуникационного оборудования [8]. В самом названии компании заложен некоторый смысл, разбитый на две части. На китайском языке Huawei пишется с использованием двух иероглифов — «hua», что переводится, как «Китай», «отличный» и «wei», то есть «достижение» или «действие». В

результате название компании можно трактовать как «китайское достижение» или «отличное действие» [9].

В свете кросс-культурного менеджмента Huawei признает существование культурных различий и связанную с ними вероятность конфликтов. В связи с этим Huawei стремится повысить культурную адаптивность сотрудников, применяя стратегию локализации, главным образом в области управления, исследований и разработок, а также сотрудников и партнеров.

Для того чтобы компания успешно развивалась в современной бизнес-среде, она обязательно должна обладать прочной и эффективной корпоративной культурой. Huawei не является исключением. В процессе интернационализации ее бизнес расширился до более чем 100 стран и регионов по всему миру, и международный рынок стал основной частью рынка Huawei. Сотрудники в основном являются местными жителями, и все больше местных сотрудников становятся основой и управленческим персоналом компании благодаря своим способностям и усилиям [10].

Успех компании базируется на трех ценностях: центральной роли клиента, самоотдаче сотрудников и их преданности делу. В компании сложился уникальный стиль управления, сочетающий в себе особенности восточной и западной моделей [11].

При создании механизма кросс-культурного управления компания руководствуется следующими принципами:

1. Многообразие и системное единство кросс-культурного менеджмента. ТНК находятся в глобализованной бизнес-среде, и любые факторы, влияющие на их развитие, существуют не сами по себе, а взаимно сдерживаются и находятся под влиянием многих других. Поэтому, когда Huawei осуществляет кросс-культурное управление, она должна учитывать различные факторы как единую систему для достижения системного баланса и целостности управления. Кроме того, культурные различия не следует рассматривать лишь как негативное явление. Они могут быть использованы как эффективное средство повышения эффективности организации.

2. Динамическая адаптация и единство управленческой модели кросс-культурного менеджмента. Корпоративная культура и ценности транснациональных компаний формируются долго, но в связи с постоянными изменениями международной обстановки, кросс-культурное управление должно быстро подстраиваться к меняющимся условиям. Поэтому, при выходе на международный рынок, Huawei обязана находить общие черты между китайской культурой и культурой принимающей страны, чтобы скорректировать свою бизнес-стратегию и методы управления.

3. Кросс-культурный менеджмент как единство понимания культурных различий и выявления

культурных конфликтов. Чтобы добиться успеха в кросс-культурном управлении, компания Huawei стремится своевременно прогнозировать и предотвращать культурные конфликты, выявлять и устранять их глубинные причины. Китайские сотрудники должны сохранять свою культурную идентичность, одновременно уважая и другие культуры, и избегать этноцентризма. Для предотвращения конфликтных ситуаций с обеих сторон, китайские и иностранные сотрудники должны терпеливо общаться, принимать существующие между ними культурные различия, признавать преимущества культур, развивать свои сильные стороны и т.д. [8; 10].

4. Повышение осведомленности менеджеров о кросс-культурном управлении и проведение соответствующего обучения персонала. Тренинги позволяют менеджерам понять культуру принимающей страны, полностью изучить детали ее законов и правил, свободно владеть местным языком, понимать ценности различных культурных контекстов, а также совершенствовать навыки командообразования, лидерства и делового общения [12].

Рассмотрев некоторые принципы, реализуемые в ТНК Huawei с целью управления кросс-культурными конфликтами, отметим следующее. Данные принципы не противоречат описанным в статье подходам к решению конфликтных ситуаций, а лишь подтверждают гибкость и вариативность конфликт-менеджмента. Согласно данным, полученным из официального сайта Huawei, а также из публикаций о её деятельности, для решения кросс-культурных конфликтов в компании предпочтение отдается «мягким» стратегиям, максимально сохраняющим гармонию в группе, таким как стратегия адаптации и развития толерантности, установление общеорганизационных комплексных целей, эффективное использование поощрения и наказания, убеждение участников конфликта, поиск компромиссов. Вероятно, в отдельных ситуациях применяются и более жесткие меры, и санкции, такие как управленческая интервенция (использование власти), однако подобная информация о политике Huawei не находится в открытом доступе, что связано с культурными особенностями Китая.

Страна базирования ТНК и её культура накладывают свой отпечаток и на её кросс-культурный менеджмент. Китайские менеджеры предпочитают более пассивные стили поведения, такие как поиск компромисса и уступчивость, тогда как представителям западных культур свойственны более активные стили, такие как соперничество. Китайская культура требует от индивида уважения к социальной иерархии. Необходимость проявления почтительности к старшим ориентирует китайских сотрудников на подчинение власти и подавление агрессии. Идея гармонии побуждает их избегать

крайностей и учит достижению равновесия путем контролирования эмоций. И, наконец, понятие «лицо» воспитывает у китайцев умение сохранять самообладание, не терять чувства собственного достоинства и не создавать ситуаций, ведущих к «потере лица» другими людьми [1, с. 203].

В целом, в конфликт-менеджменте Huawei основной акцент делается на предотвращение, недопущение конфликтных ситуаций. С помощью такого механизма, как эффективная корпоративная культура, в компании создаются максимально благоприятные условия, минимизирующие возможность развития деструктивных кросс-культурных конфликтов, а обучение персонала работе в условиях культурного многообразия способствует его успешной культурной адаптации. ■

1. Садохин А.П. Межкультурная коммуникация : учебное пособие / А.П. Садохин. – М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2004. - 288 с.

2. Гришина Н. В. Психология конфликта / Н.В. Гришина. – 2-е изд. — СПб.: Питер, 2008. — 544 с.

3. Мясоедов С. П. Кросс-культурный менеджмент : учебник для вузов / С. П. Мясоедов, Л. Г. Борисова. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 314 с.

4. Емельянов С. М. Управление конфликтами в организации : учебник и практикум для вузов / С. М. Емельянов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 222 с.

5. Бутенина Е. М. Практикум по межкультурной коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. М. Бутенина, Т. А. Иванкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 184 с.

6. Культура взаимопонимания и взаимопонимание культур : В 2 ч. : [коллективная монография] / [ред. : Л. И. Гришаева, М. К. Попова]. - Воронеж : Изд-во Воронежского гос. ун-та. - (Монографии ; Вып. 4). Ч. 1. - 2004. - 218 с.

7. Таратухина Ю. Межкультурная коммуникация в информационном обществе: учебное пособие / Ю. Таратухина, Л.Цыганова, Д. Ткаленко. – М.: Издательский Дом ВШЭ, 2019. – 255 с.

8. Сайт компании Huawei. – Режим доступа: <https://www.huawei.ru/about/> (дата обращения 20.12.2023).

9. Ши С. Организационная культура в компании Huawei : сборник тезисов докладов на конференции. / С. Ши, А.Р. Сардарян // Приоритетные направления развития современной экономической науки – Чебоксары: Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс». Режим доступа: https://interactive-plus.ru/ru/article/91248/discussion_platform (дата обращения: 25.12.2023).

10. Huawei. – Режим доступа: <https://www.goalfore.cn/a/48.html> (дата обращения 20.12.2023).

11. Тянь Т. Huawei. Лидерство, корпоративная культура, открытость / Т. Тянь, Д. Кремер. – М.: Олимп-Бизнес, 2017. – 512 с.

12. Building Bridges for Cross-cultural Communication. – Режим доступа: <https://www.huawei.com/en/sustainability/latest/stories/building-bridges-for-cross-cultural-communication> (дата обращения 20.12.2023).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Building Bridges for Cross-cultural Communication. – Режим доступа: <https://www.huawei.com/en/sustainability/latest/stories/building-bridges-for-cross-cultural-communication> (дата обращения 20.12.2023).

Huawei. – Режим доступа: <https://www.goalfore.cn/a/48.html> (дата обращения 20.12.2023).

Бутенина Е. М. Практикум по межкультурной коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. М. Бутенина, Т. А. Иванкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 184 с.

Гришина Н. В. Психология конфликта / Н.В. Гришина. – 2-е изд. — СПб.: Питер, 2008. — 544 с.

Емельянов С. М. Управление конфликтами в организации : учебник и практикум для вузов / С. М. Емельянов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 222 с.

Культура взаимопонимания и взаимопонимание культур : В 2 ч. : [коллективная монография] / [ред. : Л. И. Гришаева, М. К. Попова]. - Воронеж : Изд-во Воронежского гос. ун-та. - (Монографии ; Вып. 4). Ч. 1. - 2004. - 218 с.

Мясоедов С. П. Кросс-культурный менеджмент : учебник для вузов / С. П. Мясоедов, Л. Г. Борисова. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 314 с.

Садохин А.П. Межкультурная коммуникация : учебное пособие / А.П. Садохин. – М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2004. - 288 с.

Сайт компании Huawei. – Режим доступа: <https://www.huawei.ru/about/> (дата обращения 20.12.2023).

Таратухина Ю. Межкультурная коммуникация в информационном обществе: учебное пособие / Ю. Таратухина, Л.Цыганова, Д. Ткаленко. – М.: Издательский Дом ВШЭ, 2019. – 255 с.

Тянь Т. Huawei. Лидерство, корпоративная культура, открытость / Т. Тянь, Д. Кремер. – М.: Олимп-Бизнес, 2017. – 512 с.

Ши С. Организационная культура в компании Huawei : сборник тезисов докладов на конференции. / С. Ши, А.Р. Сардарян // Приоритетные направления развития современной экономической науки – Чебоксары: Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс». Режим доступа: https://interactive-plus.ru/ru/article/91248/discussion_platform (дата обращения: 25.12.2023).

Managing cross-cultural conflict in transnational corporations: the case of Huawei

© Kopylova N., Li Wenlong, 2024

The article addresses the problem of managing cross-cultural conflict in transnational corporations. The multicultural business environment in TNC is considered as a potential source of misunderstandings and conflicts. This fact

substantiates the necessity to optimize communication in an enterprise. The paper outlines some conflict management models. It also analyzes some practices of conflict management in Huawei, a Chinese TNC. The company

prioritizes conflict prevention and early resolution by means of its effective corporate culture and special staff training.

Keywords: cross-cultural conflict, conflict management, corporate culture, intercultural communication, Chinese business culture

УДК 339.9

ЭКСПОРТ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ В ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ: ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

© Куклин А. И., Павлюк Д. А., Шпакова В. Я., Шпакова Н. А., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Развитие несырьевого экспорта — это приоритетная задача для многих регионов, в том числе для Иркутской области. Это направление может развиваться как в экспорте товаров, продукции глубокой переработки, так и в экспорте услуг. Услуги проще экспортировать, так как им оказывать как на территории региона для внешних клиентов, так и за пределами региона [2]. Однако, медицинские услуги — это специфическая сфера деятельности, требующая лицензирования и сертификации, процедуры которой могут отличаться в разных странах, высочайшей квалификации персонала и часто дорогостоящего и маломобильного оборудования. В настоящем исследовании мы рассмотрим направление экспорта медицинских услуг в целом, и одно из узких направлений — услуги дерматовенерологии, а именно, лечебной косметологии. Несомненно, в регионе функционирует большое количество коммерческих косметологических и лечебно-косметологических учреждений, однако учет по структуре клиентов, перспективам выхода на внешние рынки, единого центра продвижения данных услуг за пределы региона нет. Кроме того, значительная часть таких учреждений работает в «сером» секторе экономики, зачастую оказывая услуги за наличный расчет, и не имея соответствующей разрешительной документации. Таким образом, если говорить об экспорте медицинских услуг, то надо принимать во внимания официально работающие, имеющие лицензии, обладающими персоналом с подтвержденной квалификацией учреждения.

Ключевые слова: несырьевой экспорт Иркутской области, экспорт медицинских услуг, развитие услуг дерматовенерологии

При оценке перспектив экспорта принято считать, что экспорт — это реализация продукции или услуг за пределами страны или иностранным гражданам, однако для конкретного региона экспорт — это любая реализация товаров, работ или услуг нерезидентам региона.

Если рассматривать отрасль «Медицина», то предметом экспорта могут быть:

- лекарства и сырье для их производства;
- биоактивные добавки и сырье для их производства;
- косметика и сырье для ее производства;
- медицинское оборудование и компоненты;
- товары медицинского назначения;
- медицинские услуги, в том числе рекреационные.

Несомненно, в условиях санкций некоторые из этих направлений могут оказаться под вопросом, например, при производстве лекарств могут потребоваться поиски альтернативных путей поставок необходимых компонентов, а для оказания высокотехнологичных медицинских услуг может быть проблемой износ оборудования и отсутствие необходимых оригинальных запасных частей [1;3].

Отдельным направлением развития внешнего рынка является медицинский туризм, который может сочетать в себе как реализацию услуг, так и сопутствующие продажи лекарственных средств, биоактивных добавок, косметики. Ежедневный стресс, психо-физическая и эмоциональная

усталость, нерациональное питание, новые вирусные инфекции, несчастные случаи на производстве и в быту, стихийные бедствия, антропогенные катастрофы, участие в специальной военной операции приводят к травмам и множеству болезней, таких как: заболелания опорно-двигательного аппарата, костно-мышечной системы, нервной системы, сердца и сосудов, других внутренних органов, в том числе диабету и многим другим. При этих вызовах возникает колоссальная потребность в услугах по медицинской, социальной реабилитации и медицинский туризм приобретает особую актуальность [4].

В части этих направлений регион является признанным лидером, так, резиденты Иркутской области — это такие компании, как ООО «Медтехсервис», которое занимается высокотехнологичным производством глюкометров и тест-полосок к ним. Производит диабетические тест-полоски к глюкометрам собственного производства под маркой «Gmate Life». К продукции завода проявляют интерес Бразилия, страны Арабского мира и ближнего зарубежья. Компания выходит на рынок ЕС, базовые объемы производства — примерно 2,9 млн упаковок тест-полосок в год, продукция компании полностью отвечает российским и международным стандартам качества. При производстве используется уникальная технология, прямые конкуренты стоят в два раза больше.

Второй лидер рынка медицинского экспорта — это группа компаний «Фармасинтез» — это разработка и производство лекарственных препаратов для лечения социально-значимых заболеваний, у компании есть заводы в Иркутске, Уссурийске, Тюмени, Братске и Санкт-Петербурге. Объём производства — более 76 миллионов упаковок в год, и отработаны направления сотрудничества как с российскими, так и с зарубежными фармацевтическими компаниями. Обе эти компании уже работают на внешний рынок, и единственная проблема расширения экспорта — сертификация их продукции в новых странах.

Отдельным и перспективным направлением мы выделяем медицинский туризм. В регионе уже есть и создаются высокотехнологичные центры оказания медицинских услуг как на основе бюджетных учреждений, так и частных клиники. Так, в ближайшее время открывается радиологический центр на базе иркутского онкоцентра, работает Иркутский диагностический центр, качество диагностики которого в разы выше частных лабораторий.

Кроме того, в регионе есть несколько узкопрофильных лечебных учреждений, например дерматовенерологическая служба Иркутской области. В настоящее время она представлена двумя специализированными диспансерами и их структурными подразделениями (ГБУЗ «Областной кожно-венерологический диспансер», ОГБУЗ «Братский областной кожно-венерологический диспансер»), обеспечивающими население области доступной специализированной медицинской помощью (консультативно-диагностической и стационарной) по профилю «дерматовенерология».

В структуре медицинских организаций, подведомственных министерству здравоохранения Иркутской области работают 43 кожно-венерологических кабинета, в 2-х медицинских организациях развернуты кожно-венерологические стационарные отделения (г. Зима, Нижнеилимский район). Жители остальных территорий получают стационарную медицинскую помощь по территориальному принципу, согласно маршрутизации, в диспансерах, с удаленностью не более 300 км. Две территории (Катангское, Мамско-Чуйское муниципальные образования),

приравненные к северным, получают специализированную дерматовенерологическую помощь в ОКВД г. Иркутска.

А также, на территории Иркутской области специализированная медицинская помощь оказывается в федеральных, ведомственных (клиника кожных болезней ИГМУ, больница УВД г. Иркутск, ОАО РЖД, МСЧ-28 г. Ангарск, МСЧ-36 г. Ангарск, ГУИН ИК — 6, в/ч 67657, в/ч 30002) и частных медицинских организациях.

Кроме того, специализированная стационарная помощь в ГБУЗ «ОКВД» оказывается населению городов и районов: Иркутска, Ангарска, Усолья-Сибирского, Черемхово, Тулуна, Нижнеудинска, Тайшета, п. Усть-Ордынский, общей численностью 1 306 115 тыс. человек, а также населению районов Иркутской области при отсутствии на местах коечного фонда. Мощность коек в среднем за 2022 год составляет 186, в том числе круглосуточные койки бюджет (лечение больных с ИППП)-40, ОМС (лечение больных с дерматозами)-52; койки дневного пребывания при стационаре бюджетные-38 (лечение больных с ИППП), ОМС (лечение больных с дерматозами)-56 койки.

Стационары размещены в зданиях с центральным отоплением, водоснабжением, канализацией, освещением. В 2022 году проведены текущие косметические ремонты в Иркутском, Ангарском, Усольском, Черемховском стационарных отделениях.

В 2022 г. стационарной помощью было охвачено 4163 пациентов, в том числе взрослых (18 лет и старше) — 3 860 чел. — 92,7 %, детей и подростков (0–17 лет) — 303 чел.—7,3 %.

Выполнение плана койко-дней по круглосуточным стационарным отделениям составил 87,1 %, в том числе по дерматологическим отделениям (ОМС) — 93,08 %, по венерологическим (бюджет) 81,17 %. По дневным отделениям план койко-дней выполнен на 82,7 %, в том числе по дерматологическим отделениям (ОМС) — 100,4 %, по дневному венерологическому отделению (бюджет) — 65,1 %. Среднее число работы койки в году составило 252,5 дней. Оборот койки составил 20,7 дней. Мы видим, что резервы оказания такой медицинской помощи есть.

Приведем статистику по количеству посещений за 9 месяцев 2023 года (табл.1):

Таблица 1. статистика по количеству посещений за 9 месяцев 2023 года (Источник: данные Министерства здравоохранения Иркутской области, Фонда обязательного медицинского страхования)

	Число посещений (Бюджет)			Число посещений (ОМС)			Число посещений (Платные)		
	План	Факт	% выполнения	План	Факт	% выполнения	План	Факт	% выполнения
ВСЕГО:	109 757	122 543	111,7 %	118 482	100 681	85 %	28 154	362 407	128,7 %
по заболеванию	58 862	61 860	105,1 %	98 941	79 280	80 %	14 259	12 516	87,8 %

с проф целью	50 895	60 683	101,2 %	17 812	21 379	120 %	13 895	23 724	170,7 %
--------------	--------	--------	---------	--------	--------	-------	--------	--------	---------

Из этой статистики видно, что профилактические осмотры пользуются значительным спросом у населения, а оказание помощи в связи с заболеваниями имеет резервы по количеству пациентов.

Кроме специализированной медицинской помощи, ГБУЗ «Областной кожно-венерологический диспансер» может оказывать и высококвалифицированную косметологическую помощь, за счет того, что с 2004 года он имеет в своем составе Отдел лечебной косметологии. В отделении лечебной косметологии работают 7 врачей, из них 2 врача высшей категории, имеющие сертификаты по дерматовенерологии и

косметологии, трихологии, специализации и тематические усовершенствования по аппаратным технологиям, мезотерапии, контурному моделированию, коррекции мимических морщин препаратами ботулотоксина типа А, онкодерматологии. Двое из трех работающих медсестер имеют специализацию «Сестринская косметология». Персонал отделения обеспечивает лечебно-диагностическую и консультативную помощь больным с заболеваниями кожи и с косметическими дефектами.

Основные заболевания, с которыми обращаются пациенты, это:

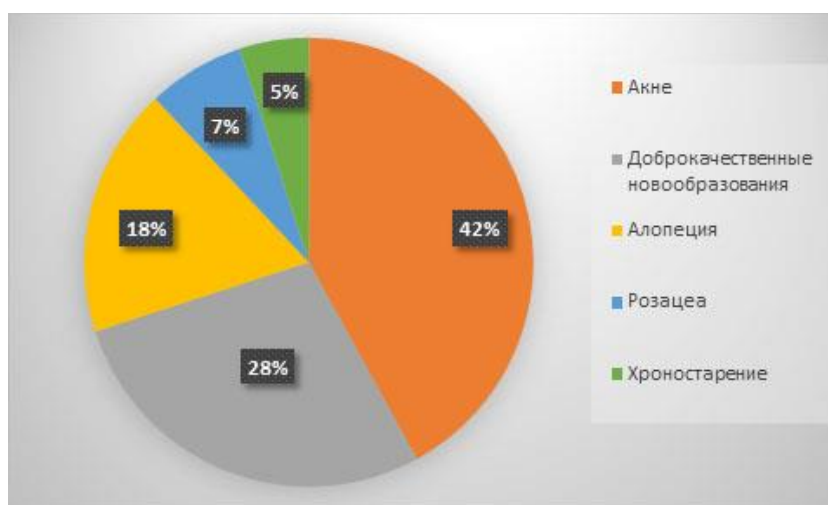


Рис. 1. Основные заболевания

Отметим, что так как учреждение является бюджетным, его ценовая политика намного ниже, чем у аналогичных частных учреждений, и тем более учреждений в центральных регионах России.

Таким образом, экспорт услуг дерматовенерологии и лечебной косметологии на основе уже существующего областного учреждения вполне реален.

В заключение можно отметить, что для успешной реализации данного направления экспорта необходима проактивная подготовка медицинского персонала: в ряде областных учреждений здравоохранения обеспеченность персоналом по физическим лицам составляет менее 75 %. ■

1. Управление рисками медицинской организации в условиях санкций / Н. Б. Грошева, Е. К. Грошева [и др.] // Наука в современном информационном обществе : Материалы XXX международной научно-практической конференции, Bengaluru, 28–29 ноября 2022 года. – Bengaluru: Pothi.com, 2022. – С. 193-196. – EDNLWDAUB.

2. Анализ логистических рисков в условиях санкционных ограничений / Н. Б. Грошева, И. М.

Афраймович, Е. К. Грошева [и др.] // Методология предотвращения угроз в XXI веке : Сборник научных трудов. – Иркутск : Иркутский государственный университет, 2022. – С. 277-280. – EDN XCZATW.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Grosheva, N. Risk management of a medical organization under the conditions of import substitution / N. Grosheva, E. Grosheva // Regional Programs of Import Substitution: Материалы VI научно-практической конференции, Иркутск, 30 ноября 2022 года / Редколлегия: О.В. Архипкин [и др.]. – Иркутск: Иркутский государственный университет, 2022. – Р. 31-34. – EDN QDZLBW.

Анализ логистических рисков в условиях санкционных ограничений / Н. Б. Грошева, И. М. Афраймович, Е. К. Грошева [и др.] // Методология предотвращения угроз в XXI веке : Сборник научных трудов. – Иркутск : Иркутский государственный университет, 2022. – С. 277-280. – EDN XCZATW.

Грошева, Н. Б. Создание реабилитационного центра как способ развития туризма в Иркутской области / Н. Б. Грошева, О. В. Курганская, Я. В.

Соболь // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2023. – № 2(25). – С. 21-23. – EDN BТХDBE.

Управление рисками медицинской организации в условиях санкций / Н. Б. Грошева, Е. К. Грошева [и др.] // Наука в современном информационном обществе : Материалы XXX международной научно-практической конференции, Bengaluru, 28–29 ноября 2022 года. – Bengaluru: Pothi.com, 2022. – С. 193-196. – EDN LWDAUB.

Export of medical services in the Irkutsk region: problems and opportunities

© **Kuklin A., Pavlyuk D., Shpakova V., Shpakova N., 2024**

The development of non-resource exports is a priority task for many regions, including the Irkutsk region. This direction can develop both in the export of goods, highly processed products, and in the export of services. Services are easier to export, since they can be provided both within the region for

external clients and outside the region. However, medical services are a specific field of activity that requires licensing and certification, the procedures of which may differ in different countries, highly qualified personnel and often expensive and limited-mobility equipment. In this study, we will consider the direction of export of medical services in general, and one of the narrow areas — dermatovenerology services, namely, medical cosmetology. Undoubtedly, there are a large number of commercial cosmetology and medical-cosmetology institutions operating in the region, but there is no accounting for the structure of clients, prospects for entering foreign markets, or a single center for promoting these services outside the region. In addition, a significant part of such institutions operate in the «gray» sector of the economy, often providing services in cash and without the appropriate permits. Thus, if we talk about the export of medical services, we must take into account officially operating, licensed, and staffed institutions with confirmed qualifications.

Keywords: non-resource exports of the Irkutsk region, export of medical services, development of dermatovenerology services

УДК 338.45

OPTIMIZING A PROJECT BUDGET: THE CASE OF A MINING COMPANY

© **Luganskaya E., Nemokaev A., 2024**

Irkutsk State University, Irkutsk

The article discusses the process of project budgeting in mining industry. In particular, the author focuses on the efficiency of process. After considering the ways of increasing the budgeting efficiency, the paper goes on to study the real case of mining project. Furthermore, with the help of the conducted interview with the expert of a chosen company and the analysis of project documents, the article describes the experience of budgeting process and makes some recommendations for budgeting efficiency improvements.

Keywords: mining industry, project budgeting, cost reduction, digitization

The mining industry plays a crucial role in global economy and provides raw materials for various industries. Effective project management is vital to ensure the success of mining projects, and one of its key aspects is budgeting [1].

This research paper is aimed at analyzing the process of cost estimation and budgeting in a company, identifying the weaknesses and searching for ways to optimize budgeting in order to increase its efficiency.

Literature Review

The following section gives an overview of management literature related to the topic to understand the nature of the project budgeting process in mining.

Let us start with defining the peculiarities of mining projects. Biery and Stewart believe that mining projects are more costly and have poorer operational performance in comparison with projects of similar scope in other industries [2].

It means that the control over the expenses must be more accurate, which is complicated. Hollmann agrees with this opinion and proposes a complex algorithm of cost estimating and budgeting (figure 1) that covers all stages of the process [3].

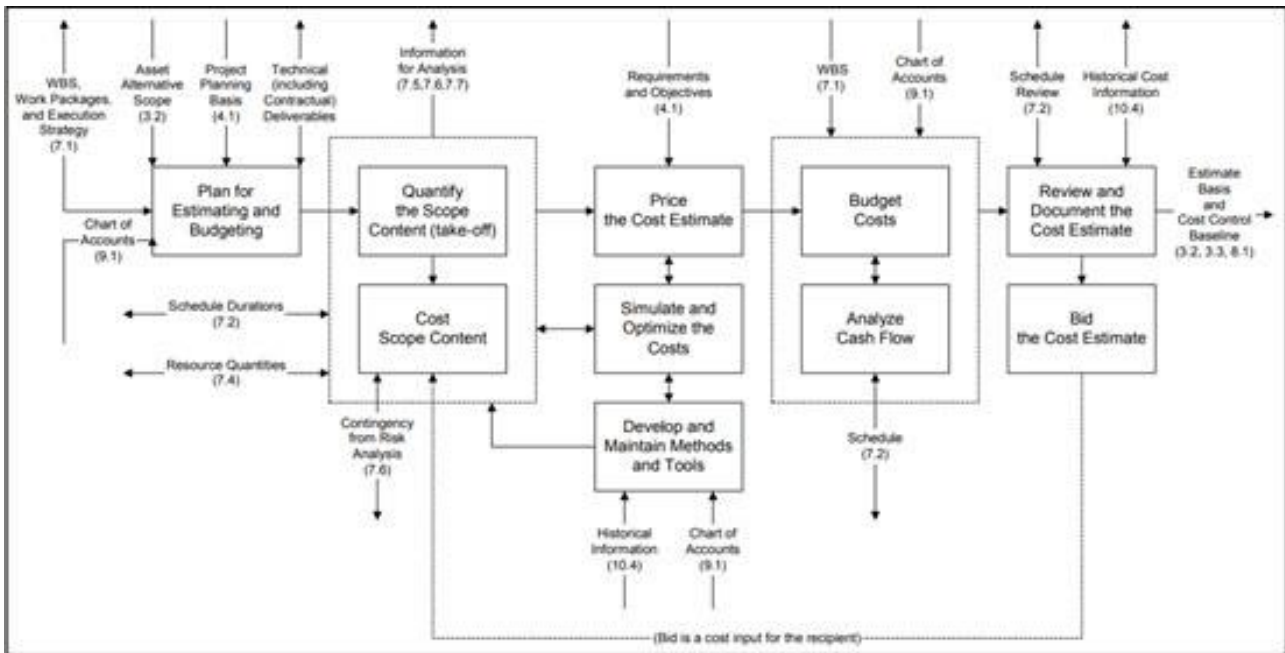


Fig. 1. Process Map for Cost Estimating and Budgeting

The budget estimate classification system for mining industry is also specific [4]. It includes five classes that match five coherent stages of project development: planning, screening options, funding authorization, project control and fixed price bid check estimate [5]. Each class is identified by a project maturity level of and expected accuracy range of costs. The authors highlight the idea that sticking to the classification when estimating a budget of a project helps to reach the highest level of effectiveness during the project realization. Pickett and Elliott believe that collecting accurate historical project data, as well as analyzing the situation in detail and reporting, can help a company achieve more effective capital projects [6]. Ulrich and Rieg agree with this position but focus more on the digital technologies for controlling the subprocess of planning, budgeting and forecasting because they also help to gain and store the lessons learned [7].

Methods

The research paper is focused on a mining company which specializes in development of ore, copper, and gold deposits. The company employs 2800 people.

The study is aimed at researching the nature of the project budgeting system of the company and searching for ways to ensure budget compliance. The paper is based on both qualitative and quantitative methods of data collection. The online interview with the budget manager of the mining company included seven questions which aimed at getting the overall understanding of how the project budget is estimated and what actions the company takes to adhere to it. In particular, the questions concerned the discussion of the personal experience of the expert. The questions asked what last project the expert worked on; whether the budget was met; if there were a lot of overheads; what the general elements of a project budget are; what software the expert uses and might recommend; how

risks are taken into account when estimating a project budget; and what tips the expert can give to meet the budget.

For more objectivity and balance, it was necessary to analyze the project budget reports, provided by the budget manager. The method involved reviewing specific financial data, identifying variances, investigating reasons behind them, and assessing the overall financial state of the project. This allowed making a conclusion about the necessity of the adjustments to the budgeting process.

All of the methods facilitated the acquisition of precise and equitable information regarding the existing project budgeting system of the company and identified the necessity for its improvement.

Results

The section summarizes the collected data from the online interview and the analysis of documents including the project chart, the financing schedule, and the basic project plan.

Concerning the last project, the respondent described it as a short-lifetime factory modernization. The budget manager mentioned that the project budget and work schedule were not formalized which meant that the control over its realization was complicated, leading to missed deadlines and many unforeseen expenses. There was a lack of formalization due to the fact that the realization of a project was aimed to minimize risks of losing the company's main customer and had to be done as soon as possible. The budget manager was confident that formalization would not have influenced the project decision-making process in that case but it would have given more possibilities to control the progress and expenses at every stage of the implementation. Furthermore, the respondent admitted that accounting is implemented based on overall expenses of the project. As for the articles of expenditure, the interviewee

pointed out that all the items matched the initial level of WBS (Work Breakdown Structure) and consisted of research and development, engineering design, procurement, construction and installation, and commissioning. Depending on the technical structure of the project, all of these top elements can be detailed in a more specific way, complicating the structure. Answering the question about budgeting software programs, the respondent mentioned that in his opinion it is usually not rational to install additional software to track operations on a budget when the company already has accounting software because it doubles the work. He also emphasized that it was much more effective to adjust analytics if necessary for the budget manager in an accounting program. The project manager himself conducts specific add-ons in Excel as the company's projects are not large, creating the expenses controlling structures. Then the interviewee explained that risks are usually either offset by a contingency fund, made specifically to cover the unforeseen expenses, or included into the budget directly. He also specified that the second method can be possible only when there is an opportunity to forecast the risk mitigation initiatives. For the last project, risks were not taken into account. According to the respondent, the possible failure of that particular project was incomparable with any risks. Moreover, some decisions of budget overheads were made intentionally in order to meet the deadlines as they were much more important in that case. The last question to the project budget manager was about the tips he could give to stick to a budget. The respondent said that any project manager should always remember that budgeting is an ongoing process meaning that adjustments are needed during the whole project. He also added that the best project manager can do is to track every item of expenditure because permanent control guarantees proper realization of the project.

Before summing up the results of the conducted analysis of the provided documentation it should be noted that the company's financial data cannot be revealed for ethical reasons. That is why it is not disclosed here.

All in all, the analysis of the project chart, financing schedule, and the basic project plan confirmed the statements of the respondent. The project chart does not specify the budget amount, evaluation methods, frequency of reporting, and expected accuracy level of costs. The financing schedule was developed in the middle of the project implementation, when almost all procurement contracts were signed. The document was not approved. The basic project plan was approved 2 months after the project initiation.

Discussion

The main purpose of the research was to find weaknesses in the project budgeting process of the company and identify any inconsistencies. Both the interview and the analysis of project documents showed that the budget was estimated very roughly without taking into account external factors. Moreover, the budget was made after the initial stage of the project. Even though the project budget manager assures that

lack of formalization at the beginning of the project did not affect the decision-making process, it leads to difficulty meeting the deadlines and controlling the expenses in the future. On the one hand, formalization and budget estimation should start from the very beginning, from the introduction of an idea of a project [5]. With the development of a project, calculations become more and more accurate. On the other hand, Marecki and Wieloch assume that a detailed budget should indeed be differentiated from one project to another as detailed approach is not always necessary [8]. It consumes many resources that could be used more rationally, especially, at the initial stage of the project. Bergmann's research also confirms the position of the respondent. According to it, the level of digitization, which usually provides information for detailed budgeting, should match the specific needs of a project [9]. It should also be mentioned that such decisions not to formalize the budget at early stages must be made deliberately, by substantiating this position in a project chart.

Also, the research revealed that accounting of the company did not consider the cost of individual items. This practice did not let the company collect the project data that might be of use in the future [6]. Moreover, the lack of detailed accounting of project expenses complicated the control over the expenditures. As the respondent mentioned, the company did not have any additional analytical data in accounting software that could be used to track operations on a budget. In fact, lack of technologies deprives the company of different opportunities in terms of increasing efficiency and effectiveness [7].

Even though the collected data is limited to one case only, it still exposes key problems of the current project budgeting process. Also, it would be useful to have more time and experience to evaluate the topic more objectively.

However, the conducted research makes it possible to make some recommendations. First of all, the budgeting process should be formalized. The project chart should be created at the project initiation stage based on the available information at the time [10]. It should summarize the requirements, goals and key points of the project. Secondly, the development of the budget template is advisable as it optimizes the budgeting process for future projects. It is also recommended to make monthly reports (budgeting plan expenses, actual expenses and the forecast). It will give an opportunity to assess the financial situation and adjust the budget if needed. Finally, it is necessary to change the accounting configurations in order to meet the project budget structure.

Conclusion

Summing up, the project budgeting in the considered case of the mining company does not fully meet modern requirements of the budgeting process. Nonetheless, the company does understand the necessity of making changes. This study might be of use to the project managers of the company as it discusses the flaws and gives some useful recommendations. Following the

recommendations, the company can gain more control over budgets of its projects, which will result in the reduction of capital cost and project risks. It can also improve the decision-making process of the company. ■

3. Amos, S. (Ed.). (2004). *Skills & Knowledge of Cost Engineering* (Fifth Edition). AACE International.

4. Biery, F., & Stewart, M. (2014). *Benchmarking mining and minerals processing projects*. AACE International Technical Paper, EST.1619.

5. Hollmann, J. (Ed.). (2006). *Total Cost Management Framework: An Integrated Approach to Portfolio, Program, and Project Management* (First Edition). AACE International. https://caspen.narod.ru/pm/pdf/TCMFramework_WebEdition.pdf

6. AACE International. (2020). *Recommended practice: Cost estimate classification system - as applied in engineering, procurement, and construction for the mining and mineral processing industries* (Vols. 47R-11).

7. AACE International. (2019). *Recommended Practice: Development of cost estimate plans - as applied in engineering, procurement, and construction for the process industries* (Vols. 36R-08).

8. Pickett, T. W., & Elliott, B. G. (2005). *Transforming historical project data into useful information*. AACE International Transactions. EST.02. https://www.costengineering.eu/images/papers/Transforming_Historical_Project_Data_Into_Useful_Information.pdf

9. Ulrich, P., & Rieg, R. (2022). *Digitization in planning, budgeting and forecasting* (IGC, Ed.). International Group of Controlling. https://www.igc-controlling.org/fileadmin/pdf/Study_Report_-_Digitization_in_Planning_Budgeting_and_Forecasting.pdf

10. Marecki, K., & Wieloch, M. (2019). *Dilemmas of the budgeting process*. In *Journal of Management and Financial Sciences: Vol. XII* (pp. 61–69). Warsaw School of Economics Collegium of Management and Finance. <https://econjournals.sgh.waw.pl/JMFS/article/download/1854/1651/>

11. Bergmann, M., Brück, C., Knauer, T., & Schwering, A. (2020). *Digitization of the budgeting process: Determinants of the use of business analytics and its effect on satisfaction with the budgeting process*. In *Journal of Management Control* (Vol. 31, pp. 25–54). <https://doi.org/10.1007/s00187-019-00291-y>

12. Brown, A. S. (2005). *The charter: selling your project*. Paper presented at PMI® Global Congress 2005—North America, Toronto, Ontario, Canada. Newtown Square, PA: Project Management Institute. <https://www.pmi.org/learning/library/charter-selling-project-7473>

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

AACE International. (2019). *Recommended Practice: Development of cost estimate plans - as applied in engineering, procurement, and construction for the process industries* (Vols. 36R-08).

AACE International. (2020). *Recommended practice: Cost estimate classification system - as applied in engineering, procurement, and construction for the mining and mineral processing industries* (Vols. 47R-11).

Amos, S. (Ed.). (2004). *Skills & Knowledge of Cost Engineering* (Fifth Edition). AACE International.

Bergmann, M., Brück, C., Knauer, T., & Schwering, A. (2020). *Digitization of the budgeting process: Determinants of the use of business analytics and its effect on satisfaction with the budgeting process*. In *Journal of Management Control* (Vol. 31, pp. 25–54). <https://doi.org/10.1007/s00187-019-00291-y>

Biery, F., & Stewart, M. (2014). *Benchmarking mining and minerals processing projects*. AACE International Technical Paper, EST.1619.

Brown, A. S. (2005). *The charter: selling your project*. Paper presented at PMI® Global Congress 2005—North America, Toronto, Ontario, Canada. Newtown Square, PA: Project Management Institute. <https://www.pmi.org/learning/library/charter-selling-project-7473>

Hollmann, J. (Ed.). (2006). *Total Cost Management Framework: An Integrated Approach to Portfolio, Program, and Project Management* (First Edition). AACE International. https://caspen.narod.ru/pm/pdf/TCMFramework_WebEdition.pdf

Marecki, K., & Wieloch, M. (2019). *Dilemmas of the budgeting process*. In *Journal of Management and Financial Sciences: Vol. XII* (pp. 61–69). Warsaw School of Economics Collegium of Management and Finance. <https://econjournals.sgh.waw.pl/JMFS/article/download/1854/1651/>

Pickett, T. W., & Elliott, B. G. (2005). *Transforming historical project data into useful information*. AACE International Transactions. EST.02. https://www.costengineering.eu/images/papers/Transforming_Historical_Project_Data_Into_Useful_Information.pdf

Ulrich, P., & Rieg, R. (2022). *Digitization in planning, budgeting and forecasting* (IGC, Ed.). International Group of Controlling. https://www.igc-controlling.org/fileadmin/pdf/Study_Report_-_Digitization_in_Planning_Budgeting_and_Forecasting.pdf

Оптимизация проектного бюджета: пример горнодобывающего предприятия

© Луганская Е. В., Немокаев А. А., 2024

Статья описывает процесс проектного бюджетирования в горнодобывающей промышленности. В частности, автор акцентирует внимание на эффективности процесса. После рассмотрения способов повышения эффективности бюджетирования, было проведено исследование реального примера горнодобывающего проекта. С помощью проведенного интервью с представителем компании и анализа проектных документов, в статье описывается опыт процесса бюджетирования и приводятся рекомендации по улучшению эффективности этого процесса.

УДК 338.2

INTEGRATING THE ESG APPROACH IN BUSINESS

© **Luganskaya E., Sukhareva M., 2024**

Irkutsk State University, Irkutsk

The article discusses the new ESG (Environment, Society, and Governance) trend in business considering its advantages and disadvantages. Despite the challenges associated mainly with measuring ESG data, transformation expenses and a long pay-off period, ESG practices have considerable benefits: the potential market expansion and growth opportunities, more access to investments, improvement of the company's reputation, and stronger relationships with clients, investors, and the public. With the help of case studies and interviews with some company representatives, the authors examine the experience of integrating ESG policy and the influence of ESG approach on investment decisions.

Keywords: ESG strategy, ESG practice, ESG approach, new trends in business, management

In recent years, more and more companies and investors have been paying attention to a new trend called ESG (Environment, Society, and Governance). This strategy has gained significant importance in the business world as companies recognize the need to address environmental and social issues while maintaining strong governance practices.

Also, there is a growing awareness of the need for a more responsible and sustainable approach to business. This article examines the importance of the ESG concept, its advantages and disadvantages, and the prospects for the development of this new trend in the future. By interviewing stakeholders of Whoosh and INK companies using the ESG approach and potential recipients of Fund for the Development of Entrepreneurship in Irkutsk Region, called «My Business», the author collected data and analyzed the impact of the new strategy on business in Irkutsk region.

Literature review

The most frequently discussed ESG aspects in the management literature are the importance of this strategy in business and advantages and disadvantages of the ESG approach. Another common issue is adapting business for people with disabilities and the consequences of such implementation.

Most authors unanimously agree that it is important to integrate ESG practices in business. In particular, Ahmad, Yaqub and Lee write that disclosing ESG indicators related to environmental, economic, and social sustainability can improve business sustainability and performance. Similarly, targeting people with disabilities in business is crucial for promoting inclusivity and diversity [1]. Jiménez-Parra and Alonso-Martinez also believe that sustainability can help companies to achieve better outcomes by using new approaches for vulnerable citizens [2]. Considering environmental and social aspects allows companies to prevent or reduce risks associated with climate change, social conflicts and poor governance. ESG approach can help a company avoid financial losses and maintain its competitiveness in the market. Surveys indicate that

70 % of investors base their investment decisions on criteria related to sustainability, while an additional 14 % take it into consideration [3]. Besides, many governments and international organizations are introducing policies and programs that encourage companies to take into account ESG factors. This may include tax breaks, subsidies, financial support and other measures. According to TASS, guarantee programs for commercial banks could reduce the cost of borrowing loans for green projects [4].

Due to a growing public interest in sustainability and responsible business, many companies and consumers are choosing to do business with ESG companies. This can open up new markets and customer segments for a company and contribute to its growth and development. To illustrate, people with disabilities represent a significant consumer market globally. The ICED facility website provides statistics that one billion people, or 15 % of the world's population, experience some form of disability, and disability prevalence [5]. By targeting this demographic group, businesses can develop products and services tailored to their needs and gain a competitive advantage. Frank also believes that «to invest in disability inclusion is a company's bottom line» [6]. Another advantage of ESG inclusion is a better reputation and a greater trust with their clients, investors and the public. Jones thinks that «ESG is an increasingly important factor driving brand perceptions» [7].

Although companies integrating ESG have a competitive advantage, measuring ESG data is controversial. It has become necessary for companies to provide more meaningful ESG data and clear information about their sustainable practices to better demonstrate their achievements. Kudina believes that despite inadequate voluntary reporting, ESG regulations are on a par with traditional legislative and fiscal measures to regulate the financial sector and investments in Russia [8]. Measuring seems to be a problem not only in Russia, but in countries where ESG strategy has been used for a long time. One of the main challenges in ESG measurement is the lack of a common

set of standards and metrics. Patel thinks that a key problem in the ESG investment world is scant regulations governing what ESG measures and risks companies must disclose [9]. There are many different frameworks and indices that companies can use to measure their sustainability, which can lead to different results and make comparisons between different organizations difficult. Some Russian authors also point out the difficulty of measuring climate factors. For examples, Ivanov considers that installation and testing of a certified system does not guarantee correct measurements [10]. One of the core aspects of ESG is its long-term nature, but measuring long-term impacts can be challenging, especially when it comes to predicting future changes and trends. Jack believes that the disadvantage of the ESG approach is that «implementing an ESG strategy requires a significant investment of time and resources» [11]. Thus, using ESG evidence to attract financing can become a problem for start-ups and small companies.

To sum up, most authors agree that ESG policies have significant business benefits, but there are some disadvantages as well. On the other hand, ESG allows companies to be more competitive in the market and attract more investment, and the introduction of infrastructure for people with disabilities opens up a new consumer segment. On the other hand, an ESG strategy requires a complete reorganization of the business and significant financing, which increases the implementation period. Also, it is difficult to measure ESG indicators and make prognostications due to constantly changing trends. Since the environment is not stable, companies need to quickly respond to changes and adapt to maintain their competitiveness in the market.

Methods and Context

As the paper uses three companies (Whoosh, INK and Entrepreneurship Development Fund) to collect data, it is necessary to provide some background information about them.

The first company under study is Whoosh. It is an innovative technology company focused on developing and implementing advanced urban micro mobility management solutions. Its uniqueness is in the adaptive approach which goes beyond traditional sharing models and encompasses a wide range of mobility options from robots to air taxis. The company's primary objective is to establish and enhance micro mobility services with a strong emphasis on safety, technology, and time optimization. By effectively reducing traffic congestion and improving environmental conditions, Whoosh makes a significant impact on urban infrastructure. Their efficient logistics system also enables users to enhance work productivity by minimizing the time and resources used in traffic jams [12].

Another company used for data collection is Irkutsk Oil Company (INK). It is a Russian oil and gas company engaged in the extraction, processing, and sale of hydrocarbons. The company specializes in the development of oil and gas fields in Eastern Siberia.

INK actively implements modern technologies for extraction and environmentally responsible use of resources. The company also pays attention to socio-economic aspects of regional development by collaborating with local communities and authorities [13].

The third company that helped obtain data is My Business Fund, which is a non-profit organization aimed at supporting entrepreneurship and the development of small and medium-sized enterprises. The main goal of the fund is to provide financial and advisory assistance to entrepreneurs, as well as to promote principles of sustainable business development [14].

As ESG factors are difficult to measure, collecting and analyzing quantitative data is hardly possible. Therefore, to assess the impact of ESG strategy on business, an interview was chosen as the predominant research method. Since this method is qualitative, its use helped ensure more depth. For more objectivity, there were two target audiences: stakeholders of Whoosh and INK companies, using the ESG approach, and potential recipients of support from the Fund for the Development of Entrepreneurship in Irkutsk Region, called «My Business».

The interview with the stakeholders of Whoosh and INK companies concerned two research areas. The first area focused on the reasons and consequences of ESG implementation, the effect on the investments in the company after implementation, ESG indicators, the most important ESG factors for the company and measurement methods. The main ESG indicators chosen for the assessment and analysis of companies were the carbon footprint, the level of investment in non-profit organizations, and the transparency of financial reporting. The second part of the interview discussed the employment of people with disabilities (whether such people work in the company, what kind of work they do, and whether the company is considering this cooperation in the future). This data collection method helped understand the company's ESG strategy, its impact on investments, real experience of ESG implementation, and the company's performance as a whole.

Besides, in order to obtain data on the influence of ESG factors on investment decisions, the interview was conducted with potential recipients of support from the Fund for the Development of Entrepreneurship in Irkutsk Region, Center «My Business». The discussion covered such topics as the position of the fund and banks on taking into account ESG factors when financing businesses, ways to measure ESG indicators, and the number of ESG companies on the market. Also, one of the goals of the interview was to find out the opinion on the ESG trend in Irkutsk Region and its further development.

The methods described above helped obtain accurate and balanced information about ESG trend in Irkutsk Region.

Results

This section discusses the data collected with the help of interviews with representatives of Whoosh and Irkutsk Oil Company, and also with potential recipients of support from the Fund for development of entrepreneurship in the Irkutsk region, called «My Business».

The initial part of the interview about ESG implementation with a representative of Whoosh revealed that the company was conceptualized as a business aligned with the principles of sustainable development from the outset. All vehicles are equipped with an IoT module that enables to monitor such safety parameters as speed and adherence to traffic regulations. The company prioritizes an ESG strategy, using accident rates to measure ESG indicators. Unlike its competitors that just rent out scooters, Whoosh customizes the vehicles according to its specific requirements. Adhering to the ESG strategy facilitated the company's successful first investments, ensuring that its transparent business structure and high-quality corporate governance met necessary standards for going public.

In the remaining part of the interview, the company representative shared the management's opinion on the work of people with disabilities at Whoosh. The top management of this organization believes that it is possible to attract people with disabilities for the «off-season period» to repair vehicles. In addition, the company does not rule out entering the markets with new devices, which could also become means of transportation for people with limited mobility. This illustrates the company's dedication to fostering a more inclusive environment both within its internal operations and through the services it offers.

During the interview with the stakeholders of the Irkutsk Oil Company, they shared their vision of the consequences of implementing the ESG strategy. The interviewees believe that INK decided to pursue the ESG strategy because management is convinced that sustainability, responsibility and acceptance of social and environmental factors are important for the long-term success of the business. After implementing the ESG strategy, stakeholders concluded that this strategy helped create strong relationships with the company and minimize risks associated with the environment and society. Also, the transition to the ESG approach brought a number of benefits to the company: improved financial performance, increased investment and a strengthened brand. However, it also required a significant effort and investment to adapt and change the business approach. It took several years and significant time, finance and employee resources to make transition to the ESG strategy. The company's administration is convinced that these changes will pay off in the long term.

The company's stakeholders also noted that the most important ESG factors are risk management, reduction of the environmental impact, improvement of working conditions and the increase of corporate transparency. To measure ESG factors, the company uses various indicators such as carbon emissions, the number of

female top managers, social welfare and other criteria that help assess environmental, social and corporate governance impacts.

In addition, the interviewees stated that the Irkutsk Oil Company employs people with disabilities. The company is committed to providing equal opportunities for all employees and believes that this contributes to a more diverse and inclusive work environment. Hiring individuals with disabilities is seen as part of the company's commitment to social responsibility and can improve the overall company culture and working conditions.

During the discussion of the ESG agenda, potential recipients of support from the fund noted that the fund pays attention to ESG factors when making investment decisions. About 60 % of companies that applied to My Business fund are interested in or are already following the ESG approach. This demonstrates a growing awareness of the importance of sustainable business and social responsibility. Banks are also increasingly paying attention to ESG factors when providing loans to businesses. This can be seen in the provision of preferential conditions for companies that actively implement sustainable development practices.

To measure ESG factors, the fund uses various indicators, including emission levels, social responsibility policies, business ethics, diversity in corporate governance and other standards consistent with international practices. Most interviewees believe that all ESG factors are of equal importance, but one respondent thinks that effective risk management, resource efficiency, diversity issues, ethical business practices and impact on society and the environment are particularly important factors.

In addition, potential recipients of the fund support expect that the ESG agenda will continue to develop in the future if the state, society and investors pay more attention to sustainability issues. The representative also predicts increased regulation and public pressure on companies to improve their ESG practices.

Discussion

The main purpose of this research was to analyze the impact of the ESG strategy, its strengths and weaknesses, as well as the prospects for the development of this new trend in the future. This article also considered the real-life experience of companies implementing ESG principles, their successes, and the challenges they faced in integrating these principles into their operations.

Most authors agree that ESG policies have significant business benefits, but they are also some disadvantages. On the other hand, ESG allows companies to be more competitive in the market and attract more investment, and the introduction of infrastructure for people with disabilities opens up a new consumer segment. Besides, the ESG strategy requires a serious reorganization of the business and significant financing, which increases the implementation period.

On the other hand, it is difficult to measure ESG indicators and predict their changes. While ESG policies offer numerous benefits for businesses, there are also

challenges and potential drawbacks that need to be carefully considered and managed. Companies need to weigh the pros and cons and carefully plan and execute their ESG strategies to ensure long-term success.

In particular, the findings from interviews underscore the growing importance and impact of ESG strategies in the corporate world. Organizations recognize the value of incorporating sustainable practices into their business models. It is evident that embracing ESG principles not only contributes to environmental and social sustainability but also brings about tangible benefits such as improved financial performance, stakeholder relationships, and a stronger brand. It is likely that there will be continued development and attention towards ESG practices, driven by increasing awareness, regulation, and public pressure.

To increase finance and attract investments, businesses should consider developing a comprehensive ESG policy that aligns with the company's values and objectives. This policy should cover environmental sustainability, social responsibility, and good governance practices. Along with this, implementing robust measurement and reporting systems to track progress towards ESG goals will provide transparency to investors and stakeholders.

Collaboration with sustainable finance institutions and investors who prioritize ESG criteria can also be beneficial, which can be done through partnerships, networking events, and participation in industry conferences. Additionally, communicating the company's ESG initiatives and achievements to customers and stakeholders will enhance the brand reputation and attract socially conscious consumers.

Conclusion

ESG allows companies to be more competitive in the market and attract more investment, and the introduction of infrastructure for people with disabilities opens up a new consumer segment. However, the ESG strategy requires a complete reorganization of the business and significant financing, which increases the implementation period. Although it is difficult to quantify ESG metrics and anticipate their long-term changes, ESG policies offer numerous benefits for businesses. Since the environment is unstable, companies need to quickly respond to changes and adapt to maintain their competitiveness in the market. Embracing ESG principles can help companies stay ahead of these changes and ensure they are well-positioned for future success. This can lead to the development of new products, services, and business models that not only benefit the company but also contribute to a positive societal and environmental impact. In other words, they can do well by doing good. ■

1. Ahmad, H., Yaqub, M., & Lee, S. H. (2023). Environmental-, social-, and governance-related factors for business investment and Sustainability: A scientometric

review of global trends. *Environment, Development and Sustainability*.-URL: <https://doi.org/10.1007/s10668-023-02921-x> (Дата обращения 10.11.2023)

2. Alonso-Martínez, D., Jiménez-Parra, B., Fernández-Gago, R. (2021). Disability as a Driving Force of Sustainable Business Models in the Fourth Sector. In: Sánchez-Hernández, M.I., Carvalho, L., Rego, C., Lucas, M.R., Noronha, A. (eds) *Entrepreneurship in the Fourth Sector. Studies on Entrepreneurship, Structural Change and Industrial Dynamics*. Springer, Cham.-URL: https://doi.org/10.1007/978-3-030-68390-0_5 (Дата обращения 20.10.2023)

3. Boffo, R., and R. Patalano (2020), «ESG Investing: Practices, Progress and Challenges», OECD Paris, www.oecd.org/finance/ESG-Investing-Practices-Progress-and-Challenges.pdf (Дата обращения 01.11.2023)

4. Long-term development: how can the government support it? - TASS. (n.d.).-URL: <https://tass.ru/ekonomika/13079895> (Дата обращения 20.10.2023)

5. The ICED Facility.-URL: <https://medium.com/iced-facility/disability-inclusive-infrastructure-opportunities-and-challenges-7667be05fa1b> (Дата обращения 20.10.2023)

6. Frank, G. E. (2022, April 15). The business case for investing in Disability Inclusion. *TriplePundit*.-URL: <https://www.triplepundit.com/story/2022/investing-disability-inclusion/741416> (Дата обращения 22.10.2023)

7. ESG: The New Dimension of Reputation Management. *FACTIVA*. (2023, August 11). -URL: <https://www.dowjones.com/professional/resources/blog/the-new-dimension-of-reputation-management> (Дата обращения 21.10.2023)

8. Кудина. М. (2022, August). Венчурный капитал в условиях ESG-трансформации. *SYBERLENINKA*.-URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/venchurnyy-kapital-v-usloviyah-esg-transformatsii> (Дата обращения 27.10.2023)

9. Patel. S. (2022, July 5). Five key ESG risk considerations investors care about. *ESG Blog*. -URL: <https://esg.conservice.com/five-esg-risk-considerations-investors-care-about/> (Дата обращения 20.10.2023)

10. Иванов. Ю. (2023, August 14). Трудности измерения. Устойчивое развитие. -URL: https://www.vedomosti.ru/esg/national_projects/articles/2023/08/14/989959-trudnosti-izmereniya (Дата обращения 29.10.2023)

11. Jack, A. L. (2021). Challenges of implementing an ESG strategy. *Global School of Business*.-URL: <https://lojjackgsb.edu.tt/challenges-esg/> (Дата обращения 27.10.2023)

12. Whoosh official website.-URL: <https://whoosh.bike/> (Дата обращения 25.12.2023)

13. Irkutsk Oil company official website.-URL: <https://irkutskoil.ru/> (Дата обращения 25.12.2023)

14. The My Business Fund official website.-URL: <https://xn--90aifddrld7a.xn--p1ai/> (Дата обращения 25.12.2023)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Ahmad, H., Yaqub, M., & Lee, S. H. (2023). Environmental-, social-, and governance-related factors for business investment and Sustainability: A scientometric review of global trends. *Environment, Development and Sustainability*. - URL: <https://doi.org/10.1007/s10668-023-02921-x> (Дата обращения 10.11.2023)

Alonso-Martínez, D., Jiménez-Parra, B., Fernández-Gago, R. (2021). Disability as a Driving Force of

Sustainable Business Models in the Fourth Sector. In: Sánchez-Hernández, M.I., Carvalho, L., Rego, C., Lucas, M.R., Noronha, A. (eds) Entrepreneurship in the Fourth Sector. Studies on Entrepreneurship, Structural Change and Industrial Dynamics. Springer, Cham. - URL: https://doi.org/10.1007/978-3-030-68390-0_5 (Дата обращения 20.10.2023)

Boffo, R., and R. Patalano (2020), «ESG Investing: Practices, Progress and Challenges», OECD Paris.- URL: www.oecd.org/finance/ESG-Investing-Practices-Progress-and-Challenges.pdf (Дата обращения 01.11.2023)

ESG: The New Dimension of Reputation Management. FACTIVE. (2023, August 11). -URL: <https://www.dowjones.com/professional/resources/blog/the-new-dimension-of-reputation-management> (Дата обращения 21.10.2023)

Frank, G. E. (2022, April 15). The business case for investing in Disability Inclusion. TriplePundit. - URL: <https://www.triplepundit.com/story/2022/investing-disability-inclusion/741416> (Дата обращения 22.10.2023)

Irkutsk Oil company official website. - URL: <https://irkutskoil.ru/> (Дата обращения 25.12.2023)

Ivanov. Yu. (2023, August 14). Measurement difficulties. Sustainable development. -URL: https://www.vedomosti.ru/esg/national_projects/article/s/2023/08/14/989959-trudnosti-izmereniya (Дата обращения 29.10.2023)

Jack, A. L. (2021). Challenges of implementing an ESG strategy. Global School of Business. - URL: <https://lojjackgsb.edu.tt/challenges-esg/> (Дата обращения 27.10.2023)

Kudina, M. (2022, August). Venture capital in the context of ESG transformation. SYBERLENINKA. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/venchurnyy-kapital-v-usloviyah-esg-transformatsii> (Дата обращения 27.10.2023)

Long-term development: how can the government support it? - TASS. (n.d.). - URL: <https://tass.ru/ekonomika/13079895> (Дата обращения 20.10.2023)

Patel. S. (2022, July 5). Five key ESG risk considerations investors care about. ESG Blog. - URL: <https://esg.conservice.com/five-esg-risk-considerations-investors-care-about/> (Дата обращения 20.10.2023)

The ICED Facility. - URL: <https://medium.com/iced-facility/disability-inclusive-infrastructure-opportunities-and-challenges-7667be05fa1b> (Дата обращения 20.10.2023)

The My Business Fund official website. - URL: <https://xn--90aifddrld7a.xn--p1ai/> (Дата обращения 25.12.2023)

Whoosh official website. - URL: <https://whoosh.bike/> (Дата обращения 25.12.2023)

Применение ESG подхода в бизнесе

© Луганская Е. В., Сухарева М. М., 2024

В статье рассматривается новый тренд в бизнесе, так называемый ESG (Environment, Society, and Governance), а также исследуются его преимущества и недостатки. Несмотря на сложности, связанные в основном с измерением данных ESG, затрат на его введение и длительный срок окупаемости, практика ESG имеет значительные преимущества: потенциал расширения рынка и возможности для роста, больший доступ к инвестициям, улучшение репутации компании и укрепление отношений с клиентами, инвесторами и общественностью. С помощью анализа реальных кейсов и интервью с представителями нескольких компаний авторы рассматривают опыт внедрения политики ESG и влияние подхода ESG на инвестиционные решения.

Ключевые слова: ESG-стратегия, ESG-практика, ESG-подход, новые тренды в бизнесе, менеджмент

УДК 330.101.8

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ В СОВРЕМЕННОМ АВТОМОБИЛЬНОМ БИЗНЕСЕ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ИРКУТСКА

© Панцевич Д. А., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье подробно рассматриваются особенности применения маркетинговых стратегий в автомобильном бизнесе. Проведен анализ наиболее часто используемых маркетинговых стратегий в России, в частности в городе Иркутск. Представлены особенности автомобильного рынка и дается их краткое описание. В частности, делается акцент на китайских брендах и их роли на автомобильном рынке города, также обозначены перспективы автомобильного бизнеса. Автор делает вывод о том, что маркетинговые стратегии, применяемые в современном автомобильном бизнесе, являются разнообразными и эффективными. Успешные автопроизводители постоянно осваивают новые маркетинговые методы и адаптируются к изменениям в потребительском спросе, чтобы сохранять свою конкурентоспособность на рынке автомобилей.

Ключевые слова: автомобильный бизнес, маркетинг, маркетинговые стратегии, продажи автомобилей, автомобильный рынок, автопроизводители, бренды, модели

Маркетинг является одним из основных инструментов, используемых компаниями для привлечения и удержания клиентов. В

автомобильной отрасли конкуренция между брендами очень высока, что делает выбор правильной маркетинговой стратегии особенно

важным. В данной статье мы рассмотрим различные виды маркетинговых стратегий, которые наиболее часто используются крупными компаниями в продаже автомобилей.

Маркетинговые стратегии — ключевой элемент успеха в современном автомобильном бизнесе. В сфере автомобильной индустрии существует множество подходов, используемых компаниями для привлечения клиентов и укрепления своей позиции на рынке.

Реклама и продвижение. Одной из основных стратегий, к которой прибегают автопроизводители, является использование различных рекламных кампаний и акций. Благодаря огромному количеству средств передвижения по дорогам в сочетании с широким доступом к телевизионной и интернет-рекламе, маркетологи могут создавать заметные и запоминающиеся рекламные материалы.

Взаимодействие с клиентами. Еще одна важная стратегия, компании регулярно организуют специальные мероприятия, такие как презентации новых моделей, дни открытых дверей, тест-драйвы и многое другое, чтобы привлечь клиентов и показать им преимущества своих автомобилей.

Инновации и технологии также играют важную роль в автомобильной индустрии. Компании постоянно совершенствуют свои модели, внедряют новые технологии и инновации, чтобы привлечь внимание потребителей и отличаться от конкурентов. Среди таких технологий могут быть системы адаптивного круиз-контроля, автоматический парковщик, электрическое или гибридное движение и другие. Маркетинговые стратегии автопроизводителей тесно связаны с развитием технологий в отрасли. Они помогают компаниям привлечь внимание потребителей, создать конкурентные преимущества и удовлетворить меняющиеся потребности рынка.

Уникальная целевая аудитория. Каждый бренд автомобилей имеет свою особую целевую аудиторию. Одна из важнейших маркетинговых стратегий в автомобильной индустрии заключается в определении и привлечении этой целевой аудитории. Например, некоторые производители автомобилей сфокусированы на производстве спортивных автомобилей для любителей скорости и адреналина, в то время как другие сосредоточены на разработке экономичных и экологически чистых автомобилей для городского использования. Дифференциация — это стратегия, при которой компания предлагает уникальные и привлекательные для потребителей товары или услуги. Примером такой стратегии может служить компания Tesla, которая известна своими электромобилями и инновационными решениями в области автомобилестроения.

Онлайн-присутствие. В современном мире интернет является одним из наиболее эффективных и доступных инструментов для продвижения товаров и привлечения клиентов.

Автопроизводители активно используют онлайн-маркетинг и социальные сети с целью привлечения потенциальных покупателей. Они создают впечатляющие интернет-ресурсы, где клиенты могут ознакомиться с особенностями различных моделей автомобилей, прочитать отзывы и провести сравнительный анализ. Кроме того, автопроизводители активно взаимодействуют с клиентами через социальные сети, отвечая на их вопросы и предоставляя актуальную информацию.

Низкие цены — это стратегия, которую многие компании используют для привлечения покупателей. Примером такой стратегии является компания Ford, которая смогла стать одним из самых продаваемых автомобилей в мире благодаря своей модели Focus.

Эксклюзивность — другая стратегия, которую предпочитают некоторые компании. Они продают свои автомобили через ограниченное количество дилеров. Например, компания BMW использует стратегию эксклюзивности и продает свои автомобили только через специализированные дилерские центры.

Лояльность к бренду — некоторые бренды, такие как Mercedes-Benz или Lexus, известны своей надежностью и высоким качеством автомобилей. Эти компании часто используют стратегию лояльности к бренду, предлагая покупателям уверенность в качестве и престиже.

Выбор маркетинговой стратегии зависит от многих факторов, включая рыночные условия, конкурентную среду и предпочтения потребителей. Компании, занимающиеся продажей автомобилей, используют различные маркетинговые стратегии, чтобы привлечь и удерживать клиентов.

Иркутск — это один из крупнейших городов России, который также славится развитым автомобильным рынком. За последние несколько десятилетий автопарк в городе значительно увеличился, а рынок автомобилей стал одним из самых активных и динамично развивающихся в регионе.

Одной из основных причин такого роста автомобильного сектора можно назвать увеличение уровня жизни населения Иркутска. Постепенно улучшаются показатели доходов горожан, что делает приобретение автомобиля доступным и востребованным. Кроме того, Иркутск является административным и экономическим центром Иркутской области, что способствует развитию бизнеса и повышению спроса на автотранспорт.

Качество дорожного покрытия в Иркутске значительно улучшилось в результате ремонта и строительства дорог. Это создает новые возможности для активного использования автомобилей в повседневной жизни горожан.

На автомобильном рынке Иркутска присутствуют как местные дилерские центры, так и региональные филиалы крупных автопроизводителей. Здесь можно найти

автомобили различных марок и классов, от экономичных моделей до премиум-класса. Появление последних на рынке говорит о росте уровня дохода и потребительского спроса в городе.

Среди наиболее популярных марок автомобилей в Иркутске можно выделить Toyota, Nissan, Hyundai, Kia и Volkswagen. Это объясняется тем, что эти марки предлагают оптимальное соотношение цены и качества, а также имеют развитую сеть сервисных центров и доступность запчастей.

За последние годы в Иркутске наблюдается активное развитие рынка электромобилей. Это связано с улучшением инфраструктуры зарядных станций, снижением стоимости электромобилей и возрастающим интересом населения к экологичному транспорту. В результате появляются новые игроки на автомобильном рынке Иркутска, специализирующиеся на продаже и обслуживании электромобилей.

Одно из основных направлений развития автомобильного рынка Иркутска связано с увеличением спроса на коммерческий транспорт. Это объясняется развитием инфраструктуры города, строительством новых жилых комплексов и промышленных объектов, что требует большего объема грузоперевозок и пассажирского транспорта.

Таким образом, автомобильный рынок Иркутска продолжает активно развиваться, адаптируясь к потребностям населения и экономическим условиям региона. Улучшение качества жизни и рост благосостояния горожан, развитие инфраструктуры и появление новых игроков на рынке способствуют увеличению объема продаж автомобилей и расширению ассортимента предлагаемых моделей.

Одной из основных проблем, с которой столкнулись автодилеры в 2023 году, было сокращение рекламных бюджетов. Согласно данным агентства высоких откликов Niclick, средние сокращения составили 30 %, при этом автосалоны европейских марок сократили свои бюджеты еще больше. Это связано с отключением рекламы в Google и запрещением двух социальных сетей в России.

Из-за отсутствия импортеров автодилеры испытывают меньше требований к обязательным рекламным бюджетам. Многие из них запускают рекламу собственными локальными бюджетами и не надеются на компенсацию от импортера. Кроме того, некоторые марки, такие как KIA и Hyundai, даже отказались от рекламы, так как у них достаточно запасов машин на несколько месяцев и нет ясности, чем им торговать дальше.

Специалисты также выделяют два основных направления маркетинговых стратегий дилеров немецких и корейских автомобильных марок. Первое направление — это предоставление сервиса для своих или других брендов. Второе направление — продажа автомобилей с пробегом. В целом продажи новых автомобилей сократились в России из-за различных причин, начиная от политических и заканчивая экономическими.

В то же время, на российском автомобильном рынке наблюдается рост популярности китайских брендов. Автомобили из Китая занимают значительную долю на рынке и пользуются спросом у покупателей благодаря сочетанию доступной цены и качества.

К примеру, бренд Chery, который присутствует на российском рынке уже более 15 лет, изначально предлагал модели, похожие на уже известные, такие как Tiggo и QQ. Однако, на данный момент Chery делает ставку на различные кроссоверы и считается самым востребованным китайским брендом в России. В их арсенале имеются не только легковые модели, как седан Arrizo 8, который скоро будет доступен для продажи в России, но и суббренды, такие как Omoda, Exeed и Jetour. Exeed представляет собой премиальное направление бренда Chery, хотя технически модели унифицированы. Например, Exeed LX основан на платформе предыдущего поколения Chery Tiggo 7. Кроме того, Exeed имеет и другие модели, такие как большой кроссовер TLX и флагманская модель VX, базовая стоимость которой начинается от пяти миллионов рублей.

Geely, другой популярный китайский бренд в России, уже известен много лет. Они предлагают кроссоверы, собранные в Беларуси, и постоянно занимают ведущие позиции среди китайских брендов. Ассортимент Geely не очень широк и состоит из трех моделей: компактного кроссовера Coolray, большого Atlas Pro и купе-кроссовера Tugella, включая его обновленную версию. Самой популярной из них является Geely Coolray. Стоит отметить, что компания является владельцем шведского производителя Volvo, поэтому некоторые модели унифицированы. Например, Tugella и большой кроссовер Mojarо основаны на платформе CMA, разработанной шведскими производителями, а их появление на российском рынке было анонсировано еще год назад.

Great Wall — старожил российского рынка. В середине нулевых годов они были известны своими пикапами и внедорожниками. Однако, модели того времени качественно не дотягивали до стандартов, и успех исчезал так же быстро, как приходил. После 10 лет экспериментов Great Wall ввел новый бренд на российский рынок — Haval, который в большинстве своем основан на кроссоверах, и проект оказался успешным. В настоящее время Great Wall предлагает в России только пикапы GWM Poer и Wingle 7. Компания также делает ставку на новый бренд Tank, который уже появился в России.

Haval является очень успешным суббрендом компании Great Wall и специализируется на автомобилях повышенной проходимости. Однако, в отличие от других брендов, у Haval есть кроссовер H9 и другие модели, которые представляют этот сегмент автомобилей. Производитель очень серьезно относится к российскому рынку, ведь у них есть собственный завод в Туле. Среди моделей можно встретить Jolion, более крупный F7 и его

купейную версию F7x, а также недавно выпущенную модель Dargo.

Десять лет назад Livan был одним из самых популярных брендов автомобилей из Китая на рынке. Он предлагал доступные модели, такие как Solano и X50. Однако из-за пандемии коронавируса в 2020 году компания обанкротилась. Ее активы были приобретены Geely, и теперь бренд изменился с Livan на Lifan. Новый Lifan не имеет никакого отношения к прежнему и сейчас сосредотачивается на разработке электромобилей с уникальной технологией быстрой замены аккумуляторов. Хотя у бренда были такие исходные данные, он анонсировал свое появление на российском рынке с простым кроссовером Lifan X3, который оснащен обычным двигателем внутреннего сгорания.

Аналитическое агентство Автостат сообщает, что количество дилеров китайских автомобилей в России выросло в 1,5 раза за последний год и уже превысило количество дилеров европейских автомобилей. Китайские автодилеры активно инвестируют в медийную рекламу, чтобы повысить узнаваемость своих марок и конкуренцию между своими брендами.

Специалисты рекламного агентства Niclick отмечают, что бренд OMODA является одним из наиболее развивающихся рекламных бюджетов в России в 2023 году. Они активно инвестируют деньги в медийную рекламу и повышение узнаваемости. Модель этого бренда ориентирована на молодежную аудиторию, и визуальный образ машины дороже ее стоимости.

В Иркутске, помимо продажи новых автомобилей, существует развитый рынок подержанных автомобилей. Большое количество автосалонов и рынков предлагают широкий выбор автомобилей разной ценовой категории и технического состояния. Это делает автомобильный рынок города привлекательным для различных категорий покупателей.

Стоит отметить, что последние годы в Иркутске наблюдается растущий интерес к электромобилем. Город активно развивает инфраструктуру для зарядки электромобилей, что позволяет жителям уверенно использовать их в повседневной жизни. Очевидно, что управление готово внедрять энергоэффективные и экологически чистые решения в сфере автомобильного транспорта.

В целом, автомобильный рынок Иркутска является динамичным и прогрессивным сектором городской экономики. Развитие инфраструктуры, улучшение уровня жизни населения и увеличение спроса на автотранспорт свидетельствуют о том, что автопарк в городе будет продолжать расти и развиваться в ближайшем будущем. Это создает хорошие перспективы для местных дилеров и автопроизводителей, а также стимулирует развитие связанных секторов экономики, таких как автосервисы и заправки.

В заключение, стоит отметить, что маркетинговые стратегии, применяемые в современном автомобильном бизнесе, являются разнообразными и эффективными. Рекламные кампании, взаимодействие с клиентами, инновационные технологии, определение целевой аудитории, онлайн-присутствие, эксклюзивность, лояльность к бренду и доступные цены — все это ключевые механизмы привлечения и удержания клиентов. Успешные автопроизводители постоянно осваивают новые маркетинговые методы и адаптируются к изменениям в потребительском спросе, чтобы оставаться конкурентоспособными на рынке автомобилей. ■

1. Конахина Н.А. Тенденции и процессы в мировой автомобильной промышленности // Проблемы современной экономики. – 2018. - №3(23). - С. 459-461.

2. Чадаев, Д.Ю. Анализ стратегических факторов деятельности предприятия / Д.Ю. Чадаев // Актуальные вопросы экономических наук. ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет». 2016. No 55 - С.85 - 89. – ISSN 2312-9409

3. Чадаев, Д.Ю. Анализ стратегических факторов деятельности предприятия / Д.Ю. Чадаев // Актуальные вопросы экономических наук. ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет». 2016. No 55 - С.85 - 89. – ISSN 2312-9409

4. Яковлев, Г.И. Разработка концепции обеспечения международной конкурентоспособности предприятий промышленности/Г.И. Яковлев // Вестн. Саратов. гос. соц.-экон. ун-та. – 2007.-№3.

5. Дмитриева Т.Н., Есафьев Н.Ю. Маркетинговые аспекты стратегии развития автосалона // Современные научные исследования и инновации. 2020. №6. Ч. 2 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2014/06/36185> (дата обращения: 23.09.2023)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Конахина Н.А. Тенденции и процессы в мировой автомобильной промышленности // Проблемы современной экономики. – 2018. - №3(23). - С. 459-461.

Чадаев, Д.Ю. Анализ стратегических факторов деятельности предприятия / Д.Ю. Чадаев // Актуальные вопросы экономических наук. ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет». 2016. No 55 - С.85 - 89. – ISSN 2312-9409

Чадаев, Д.Ю. Анализ стратегических факторов деятельности предприятия / Д.Ю. Чадаев // Актуальные вопросы экономических наук. ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет». 2016. No 55 - С.85 - 89. – ISSN 2312-9409

Яковлев, Г.И. Разработка концепции обеспечения международной конкурентоспособности предприятий

промышленности/Г.И. Яковлев // Вестн. Саратов. гос. соц.-экон. ун-та. – 2007.-№ 3.

Дмитриева Т.Н., Есафьев Н.Ю. Маркетинговые аспекты стратегии развития автосалона // Современные научные исследования и инновации. 2020. №6. Ч. 2 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2014/06/36185> (дата обращения: 23.09.2023)

Features of formation of marketing strategy in the automotive business

© Pantsevich D., 2024

The article discusses the features of the application of marketing strategies in the automotive business. A brief analysis of the most frequently used marketing strategies in Russia and, specifically, in Irkutsk is carried out. A brief description of the features of the automobile market of Irkutsk is given. The features of the Irkutsk automobile market are presented on the example of Chinese brands. The prospects of the automotive business in Irkutsk are outlined. The authors conclude that the marketing strategies used in the modern automotive business are diverse and effective. Successful automakers are constantly mastering new marketing methods and adapting to changes in consumer demand in order to remain competitive in the car market.

Keywords: modern automotive business, marketing, marketing strategy, car sales, automotive market, automakers, brands, model

УДК 330.101.8

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ В АВТОМОБИЛЬНОМ БИЗНЕСЕ

© Панцевич Д. А., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Статья обсуждает специфику применения маркетинговых стратегий в автомобильном бизнесе и предлагает конкретные стратегические действия для повышения эффективности компаний. Также дано краткое описание структуры мирового автомобильного рынка, выявлены проблемы автомобильных маркетологов и трудности автомобильных салонов в привлечении клиентов. Автор делает вывод о том, что понимание особенностей маркетинга в автомобильных компаниях является основой для успешного предпринимательства в настоящее время.

Ключевые слова: автомобильный бизнес, маркетинговая стратегия, продажи автомобилей, мировой автомобильный рынок, клиенты

Автомобиль, как универсальное транспортное средство, надежно утвердился в экономическом пространстве, став не только объектом финансовых вложений для частных лиц и крупных компаний, но и неотъемлемой частью повседневной жизни людей. В современном обществе автомобиль является не только средством обеспечения мобильности и повышения трудовой эффективности, но и одним из факторов, определяющих уровень жизни в различных странах мира.

Мировой автомобильный рынок представляет собой динамическую структуру, чувствительную к изменениям во внешней среде. Практически каждая развитая экономика имеет масштабную автомобильную промышленность на своей территории, а развивающиеся страны стремятся развивать свою собственную автомобильную промышленность. Автомобильный бизнес занимает важное место и в экономике России.

Маркетинг является существенной частью любой компании, включая производителей автомобилей. В условиях постоянно меняющегося мира потребителей мир маркетинга также претерпевает изменения. Современные компании стремятся не отставать и обеспечивать активное взаимодействие с клиентами на протяжении всего процесса покупки. Современный рынок торговых

компаний характеризуется изменениями экономической системы, информационного общества, интеграции экономических процессов и ориентации на потребителей. В условиях такого конкурентного рынка торговые компании должны строить свои процессы таким образом, чтобы сохранить и укрепить свои позиции. Поэтому разработка конкурентоспособных маркетинговых стратегий является основой для достижения стратегических целей фирмы и ее экономической эффективности. Ключевым фактором при выборе идей автомобильного маркетинга является понимание потенциального клиента. Путем подключения клиента к маркетинговым каналам, охватывающим каждый этап покупки, можно связаться с покупателем в любое время и в любом месте.

Одной из основных сложностей, с которыми сталкиваются автомобильные маркетологи, является проблема завоевания доверия потенциальных клиентов. В такой конкурентной отрасли, где покупка автомобиля является крупным финансовым решением, существует необходимость в четко определенных идеях автомобильного маркетинга для привлечения новых клиентов и удержания постоянных.

Уровень жизни населения растет, что приводит к разнообразию торговых предприятий и повышению

спроса на высококачественные услуги в розничной торговле. Усиление конкуренции требует от управляющих компаний в торговле принятия максимально эффективных маркетинговых решений. Конкурентная борьба требует использования новейших стратегий, отвечающих современным требованиям.

Маркетологи авто-дилерских центров в России работают в жестких рамках, установленных производителями. Бренды предоставляют одинаковые рекламные инструменты: цветовые решения, модели и стратегии продвижения. Бюджеты на маркетинг выделяются самими производителями, а автосалоны редко имеют возможность выделить собственные средства для привлечения клиентов.

Автосалоны сталкиваются со следующими основными проблемами при привлечении клиентов:

- брендинг от производителей ограничивает возможности автосалонов для создания уникального имиджа;
- в ценовой политике существуют ограничения, которые мешают автосалонам варьировать цены и привлекать клиентов;
- автосалоны активно продвигают дополнительные опции и услуги, что иногда воспринимается клиентами как агрессивные продажи;
- потребители относятся к авторынку с некоторой настороженностью, что создает дополнительные преграды для автосалонов в привлечении клиентов;
- автодилеры постоянно соревнуются друг с другом за трафик и покупателей на территории города, что создает непрерывную конкурентную борьбу.

Часто автодилеры, стремящиеся привлечь клиентов, выглядят практически идентично: у них одинаковые сайты, рекламные материалы и акции. Это создает трудности в выделении среди конкурентов и уникального имиджа.

Из практического опыта видно, что у автосалонов общая проблема — отсутствие веб-аналитики, которая позволяла бы отслеживать и корректировать результаты продвижения и маркетинговых усилий.

На отечественном авторынке транспорт является очень важным приобретением с долгосрочной эксплуатацией. Потому покупатели до мелочей исследуют доступные варианты. За несколько лет цифровое пространство стало основной платформой для поиска, заменив телевизионную и радиопередачу, ровно, как и наружную рекламу. Клиенты напрямую обращаются на сервисы отзывов и смотрят обзоры. В связи с этим, автомобильный маркетинг вынужден адаптироваться к новым вызовам и ориентирам.

1. Сейчас в автобизнесе одним из самых эффективных разновидностей маркетинга является нативная интеграция бренда в роликах. Осенью 2019

года интернет-портал Drom.ru спонсировал гонки на YouTube, организатором которых выступал Михаил Литвин. В которых приняли участие стример Buster и авто-блогер Дима Гордей. В видеоролике естественным образом упоминается спонсор, что делает его привлекательным. Видеоролик достиг отметки в 5 миллионов просмотров за первую неделю, что является примером чрезвычайно эффективного маркетинга в сфере автомобильных продаж.

2. Одним из важных направлений в маркетинге является ориентация на мобильные устройства. В 2019 году 84 % потребителей использовали мобильные устройства при поиске автомобиля. При этом особое внимание уделяется рекламным кампаниям для портативных устройств и разработке легких, конверсионных лендингов, что позволяет увеличить показатель рентабельности рекламных расходов (ROAS) до 30 %.

3. При реализации маркетинговых коммуникационных кампаний в автомобильной индустрии существует важная составляющая — использование социальных сетей. Традиционные способы рекламы на телевидении и радио не всегда эффективны, поскольку не обеспечивают прямого взаимодействия с потенциальными клиентами. Соц. Сети же предоставляют возможность многоуровневой коммуникации с потенциальными клиентами, где каждый может задать вопрос и получить ответ непосредственно от представителей бренда. Так бренд увеличивает взаимодействие с будущим клиентом и удерживает подписчиков, предоставляя им нужное количество информации о компании. Каждый производитель в автомобильной индустрии сам решает, как вести свои социальные сети, применяя различные вовлекающие механики и активности. Главное — обеспечение потока привлекательного контента и уделить внимание качественному и продаваемому дизайну.

Пример успешной маркетинговой стратегии в автомобильной индустрии — BMW Russia. Команда бренда делает обзоры на автомобили, продукцию, рассказывает историю компании, публикует фотографии обладателей автомобилей, устраивает конкурсы и проводит события с официальными представителями и активно взаимодействует с аудиторией.

4. Внедрение сквозной аналитики становится необходимостью в 2020 году, в отличие от 2018 года, когда это было всего лишь трендом. Инструменты сквозной аналитики и коробочные системы для оценки работы на каждом этапе воронки продаж становятся неотъемлемой частью успешного маркетинга.

5. Инфлюенс-маркетинг растет важностью. В 2019 году на YouTube и Instagram произошел значительный рост медиа потребления — 82 % и 52 % соответственно. Блогеры и лидеры мнений активно используют эти платформы, что делает их мощным инструментом для формирования

правильного имиджа автомобильного бренда. Важно работать с популярными личностями, такими как YouTube-блогеры, Instagram-модели и звезды шоу-бизнеса, так как они имеют свою собственную целевую аудиторию, которая ищет вдохновение и рекомендации. Однако, следует избегать заказа прямой рекламы, так как она может быть малоэффективной либо вызвать отрицательную реакцию. Вместо этого, нужно проанализировать опыт брендовых лидеров и понять основные проблемы и интересы автолюбителей, чтобы предложить решения, которые закроют эти проблемные зоны. Работа по авто-маркетингу должна быть комплексной, чтобы бренд мог сохранять первые позиции на рынке.

6. Классифайды drom.ru и auto.ru играют важную роль в автомобильной индустрии. Эти платформы являются двумя из трех самых посещаемых автомобильных сайтов. В связи с ростом продаж, в том числе новых автомобилей, роль подержанных автомобилей значительно возрастет.

7. Рост онлайн-видео (OLV) и значимость brandformance-метрик становятся все более заметными. Согласно данным Google, 92 % пользователей, приобретающих автомобили, просматривали онлайн-видео. Кроме того, 88 % из них выполнили как минимум одно целевое действие после просмотра: 49 % запросили цену, 36 % использовали конфигуратор на сайте.

8. Регулярные выходы в СМИ являются неотъемлемыми для бренда со стороны его имиджа. Конкуренция среди производителей за информационное пространство всегда была жесточенной. Часто мы видим рекламу от Mercedes, Volkswagen и других крупных игроков. Но тех, у кого в автомобильной индустрии более скромный уровень доступности маркетинговых инструментов, необходимы иные средства коммуникации. К примеру, размещение экспертных мнений на платформе Pressfeed. В случае необходимости осветить мнение эксперта, размещается запрос на данной площадке, также у каждого есть возможность стать частью известных СМИ, таких как «Коммерсантъ», РИА и другие.

9. Мониторинг ключевых сообщений является неотъемлемым условием для безупречной работы всех вышеупомянутых инструментов авто-маркетинга. Анализ информационной среды позволяет следующее:

- проверить эффективность рекламных кампаний.
- узнать, что говорит целевая аудитория о бренде: клиенты, журналисты, недовольные и инвесторы.
- определение наиболее сильных сторон конкурентов.
- определить популярные тенденции в автомобильной тематике.
- адаптация трендов под собственный продукт.
- нейтрализация негатива

Мониторинг является неотъемлемым инструментом в формировании репутации, потому что он является незаменимым элементом в автомобильной индустрии.

В завершение, следует отметить, что маркетинг в автомобильной индустрии обладает уникальными особенностями. Тем не менее, необходимо рассмотреть основные задачи коммуникационных компаний:

- необходимо определить цели и желаемые результаты;
- выбрать целевую аудиторию и обосновать ее выбор;
- четко определить ключевые показатели эффективности;
- максимально оптимизировать рекламные кампании с использованием данных аналитики, избавляться от неэффективных ставок и гипотез, тестировать новые стратегии, типы кампаний и таргетинги;
- заполнять сайт релевантным контентом, который будет побуждать пользователей к покупкам, предоставлять информацию о автомобилях и возможностях их приобретения;
- использовать различные методы, чтобы бренд был узнаваемым в онлайн и офлайн каналах;
- защищать брендовый трафик путем добавления названия автомобильной компании в объявления;
- формировать конкурентные торговые предложения;
- эффективно использовать финансовые выгоды, а не просто процентные скидки, указывая на преимущества trade-in и условия кредитования;
- адаптировать предложения в зависимости от потребностей и приоритетов аудитории;
- учитывать специфику регионов, тестировать расширенные настройки географического таргетинга при работе с разными регионами, акцентироваться на сетевом размещении при высокой конкуренции на поиске в крупных регионах — предлагать более содержательные и вариативные таргетинги и типы объявлений.

Роль маркетинговой стратегии для любой организации является важной. Основная задача управления маркетингом — обеспечение прибыли и рентабельности деятельности организации в конкурентной среде. В этой связи цель управления маркетингом состоит в поиске и привлечении такого количества клиентов, которое необходимо для реализации всей продукции. При этом необходимо не только создавать и расширять спрос, но и изменять его или даже сокращать. Для стабильного функционирования деятельности организации необходимо оценить уровень экономической безопасности, на основе которого можно определить возможности и план развития на перспективу (стратегический маркетинг, ориентированный на рынок) с разработкой программы ее реализации (операционный

маркетинг), результаты контроля которой отражаются на изначально оцениваемых показателях экономической безопасности. В таких проектах решаются две ключевые задачи, а именно, привлечение и удержание клиентов, сокращение операционных издержек. Таким образом, экономическая безопасность определяет условия стратегическому маркетингу, который, в свою очередь, является инструментом усиления экономической безопасности для сохранения и наращивания возможностей по ее поддержанию в перспективе. ■

1. Федеральный закон «О транспортной безопасности» от 09.02.2007 N 16-ФЗ (последняя редакция). [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_66069/ (дата обращения 06.09.2023).

2. Шувалова Н.А. Стратегия роста компании Daimler-Chrysler// «Стратегия растущего бизнеса и рыночная власть фирмы». Материалы научно-практической конференции, РУДН, М: МАКС Пресс, 2017, с. 108-111.

3. Yudakova, O. V. Digital Technologies for Planning Marketing Tools for Managing Customer Loyalty / O. V. Yudakova // Digital Technologies in the New Socio-Economic Reality. Lecture Notes in Networks and Systems, Samara, 27–29 апреля 2021 года. — Samara: Springer Nature, 2022. — P. 505–511.

4. «Доходность бизнеса». [Электронный ресурс] // Режим доступа: АВТОМОБИЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ: лучшие стратегии и идеи для увеличения продаж в 2023 году (businessyield.com)/(дата обращения 04.09.2023).

5. «АвтоБизнесРевю». [Электронный ресурс] // Режим доступа: Тренды маркетинга в авторитейле | Рецепты успеха | АвтоБизнесРевю (abreview.ru)/(дата обращения 15.09.2023).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

«АвтоБизнесРевю». [Электронный ресурс] // Режим доступа: Тренды маркетинга в авторитейле |

Рецепты успеха | АвтоБизнесРевю (abreview.ru)/(дата обращения 15.09.2023).

«Доходность бизнеса». [Электронный ресурс] // Режим доступа: АВТОМОБИЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ: лучшие стратегии и идеи для увеличения продаж в 2023 году (businessyield.com)/(дата обращения 04.09.2023).

Yudakova, O. V. Digital Technologies for Planning Marketing Tools for Managing Customer Loyalty / O. V. Yudakova // Digital Technologies in the New Socio-Economic Reality. Lecture Notes in Networks and Systems, Samara, 27–29 апреля 2021 года. — Samara: Springer Nature, 2022. — P. 505–511.

Федеральный закон «О транспортной безопасности» от 09.02.2007 N 16-ФЗ (последняя редакция). [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_66069/ (дата обращения 06.09.2023).

Шувалова Н.А. Стратегия роста компании Daimler-Chrysler// «Стратегия растущего бизнеса и рыночная власть фирмы». Материалы научно-практической конференции, РУДН, М: МАКС Пресс, 2017, с. 108-111.

Features of formation of marketing strategy in the automotive business

© Pantsevich D., 2024

The article examines the features of the use of marketing strategies in the automotive business and proposes specific strategic measures to improve the efficiency of companies. A brief description of the structure of the global automobile market is given. The existing problems of automobile marketers and the difficulties of car dealerships in attracting customers are identified. The authors conclude that understanding the characteristics of marketing in automobile companies is the foundation of modern effective entrepreneurship.

Keywords: automobile business, marketing strategy, car sales, global automobile market, clients

УДК 331.57

НЕДОСТАТОК КАДРОВ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ДОХОДЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ БЮДЖЕТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ НА ПРИМЕРЕ ГБУЗ «ОБЛАСТНОЙ КОЖНО-ВЕНЕРОЛОГИЧЕСКИЙ ДИСПАНСЕР»

© Рогожина М. П., Шпакова В. Я., Шпакова Н. А., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье освещается актуальная проблема дефицита медицинского персонала и его прямое воздействие на финансовое состояние бюджетных учреждений здравоохранения в регионе. Статья проводит анализ текущей ситуации в ГБУЗ «Областной кожно-венерологический диспансер», выявляя основные аспекты недостатка квалифицированных кадров и последствия этого явления для бюджета учреждения. Также авторами предложены возможные пути решения для данной проблемы и описан ожидаемый результат.

Ключевые слова: медицинский персонал, нехватка медицинских кадров, медицинские услуги, анализ рынка, финансовое состояние, обеспеченность персоналом

Недостаток медицинских кадров представляет собой актуальную и серьезную проблему в государственных медицинских учреждениях Иркутской области, оказывая прямое воздействие на их бюджетное состояние. Недостаток врачей имеет комплексное воздействие на медицинские учреждения.

Прежде всего, отсутствие квалифицированных специалистов приводит к ухудшению качества медицинской помощи, затрагивая процессы диагностики, лечения и обслуживания пациентов. Этот фактор напрямую влияет на финансовое положение учреждения, поскольку оно может столкнуться с уменьшением потока пациентов. С другой стороны, недостаток врачей приводит к снижению доходов от предоставляемых услуг. Ограничение в предоставлении разнообразных медицинских услуг сказывается на общих доходах учреждения. Эта проблема не только ухудшает доступность услуг для пациентов, но и снижает финансовую устойчивость медицинского учреждения. Кроме того, увеличение загрузки

существующего персонала становится дополнительным негативным аспектом недостатка врачей. Перегруженные работники сталкиваются с ухудшением своего здоровья и работоспособности, что приводит к увеличению числа отсутствий по болезни. Таким образом, недостаток врачей оказывает значительное воздействие на медицинские учреждения, воздействуя на качество услуг и финансовое состояние.

Нехватка квалифицированных кадров в здравоохранении Иркутской области представляет серьезную проблему, оказывающую прямое воздействие на финансовое положение муниципальных больниц в регионе. Данные, полученные в результате детального анализа, свидетельствуют о заметном ухудшении кадрового обеспечения за последние 5 лет. Уровень обеспеченности врачами снизился с 58,1 % до 56 %, а среднего медицинского персонала — с 67 % до 65,0 % [1] (рис.1 Обеспеченность медицинскими кадрами в Иркутской области).



Рис. 1. Обеспеченность медицинскими кадрами в Иркутской области

Особенно тревожным фактором является увеличение коэффициента совместительства для врачей и среднего медицинского персонала,

который в 2022 году составляет 1,4 и 1,3 соответственно [2] (табл.1 Коэффициент совместительства по Иркутской области).

Таблица 1. Коэффициент совместительства по Иркутской области

Должность	2019	2020	2021	2022
Врачи	1,45	1,4	1,4	1,4
Средний медперсонал	1,35	1,3	1,3	1,3

Это указывает на тенденцию к увеличению нагрузки на каждого медицинского работника, что в свою очередь может повлиять на качество предоставляемых услуг и вызвать ухудшение общего состояния здравоохранительной системы в регионе [3]. Данную проблему подтвердил и анализ медицинского персонала, проведенный на примере кожно-венерологического диспансера. Важно отметить, что состав врачей-дерматовенерологов в данном учреждении составляет 113 человек. Однако, несмотря на указанное количество, уровень

врачебного укомплектования в области дерматовенерологии оказывается всего лишь на уровне 69,2 % [4]. Это говорит о фактической нехватке медицинских кадров, специализирующихся в данной области, что дополнительно усиливает общую проблему дефицита персонала в здравоохранении Иркутской области. Для решения проблемы нехватки персонала в кожно-венерологическом диспансере предлагаются следующие нововведения:

расширение спектра услуг и разработка маркетинговой стратегии.

Для решения острой проблемы дефицита кадров в кожно-венерологическом диспансере Иркутской области предлагается стратегия, основанная на расширении спектра медицинских услуг,

сфокусированных на венерологических и урологических аспектах. Следует отметить, что данное направление занимает 10 % рынка медицинских услуг [5] (рис.2 Структура рынка платных медицинских услуг по специализации услуг).



Рис. 2. Структура рынка платных медицинских услуг по специализации услуг

Расширение спектра услуг в этой смежной области не только привлечет больше пациентов, но и минимизирует дополнительные затраты на персонал, поскольку часть необходимых услуг уже реализуется в рамках кожно-венерологической практики. Такой стратегический подход не только эффективно решит проблему дефицита персонала, но также обогатит медицинское обслуживание, повысит его качество и сделает его более доступным в данной области. Для повышения эффективности и обширности медицинского обслуживания в кожно-венерологическом диспансере предлагается внедрение новых специализированных услуг. Врачи-дерматовенерологи смогут проводить диагностику и лечение широкого спектра венерических заболеваний, таких как сифилис, гонорея, хламидиоз, обеспечивая тем самым полное и комплексное вмешательство. Контроль и лечение гинекологических инфекций, включая вагинальные инфекции, молочницу и бактериальный вагиноз, будут предоставлены врачами данной специализации. Регулярные профилактические осмотры и скрининг помогут выявлять потенциальные заболевания в ранних стадиях, повышая эффективность профилактических мер.

Внедрение минимально инвазивных хирургических процедур, таких как лапароскопия, позволит диагностировать и лечить гинекологические патологии с максимальной точностью и минимальными воздействиями. Визуальное исследование шейки матки и мочевого пузыря (кольпоцистоскопия) поможет выявить гинекологические проблемы. Дополнительно, предоставление услуг по диагностике и лечению урологических инфекций, а также исследование уродинамики, будут важными компонентами расширенного спектра медицинских услуг в диспансере. Эти нововведения способствуют более полному и комплексному подходу к обслуживанию пациентов, снижению риска развития заболеваний и улучшению общего здоровья в области дерматологии, венерологии, гинекологии и урологии.

Ввиду государственного статуса кожно-венерологического диспансера, стратегия предоставления услуг по более низкой цене, чем у платных конкурентов, предоставляет значительные коммерческие преимущества данному учреждению [6,7,8] (табл.2).

Таблица 2. Сравнение стоимости на одинаковые услуги в городе Иркутск

Наименование услуги	Областной кожно-венерологический диспансер	Эксперт	Феникс
Первичный прием у гинеколога	550,00 Р	2 400,00 Р	1 300,00 Р
Повторный прием	330,00 Р	1 400,00 Р	1 000,00 Р

Эта мера не только поддержит социальную ответственность диспансера, но и обеспечит его

конкурентоспособность в медицинском сегменте. Сниженные цены на медицинские услуги в

государственном диспансере позитивно скажется на его репутации и восприятии обществом. Более доступные цены сделают медицинское обслуживание более доступным для широкого круга населения, особенно для тех, кто ограничен финансово. Это, в свою очередь, привлечет больше пациентов, что способствует увеличению числа обращений в диспансер и улучшению статуса учреждения в глазах общества. Благодаря более низким ценам, кожно-венерологический диспансер сможет активно конкурировать с частными медицинскими центрами, предоставляя при этом высококачественные медицинские услуги. Это также поможет укрепить лояльность пациентов и установить долгосрочные отношения с ними. Коммерческая выгода, которую принесет приток пациентов, позволит диспансеру дополнительно инвестировать в современное оборудование, повышение квалификации персонала и расширение штата сотрудников.

Кроме введения новых услуг, для успешного привлечения новых клиентов и увеличения числа пациентов в кожно-венерологическом диспансере необходимо разработать эффективную маркетинговую стратегию. Основным фокусом данной стратегии станет предоставление высококачественных медицинских услуг по доступным ценам в сравнении с конкурентами. Первоочередным шагом в разработке маркетинговой стратегии будет акцентирование внимания на высоком качестве медицинских услуг, предоставляемых кожно-венерологическим диспансером. Данный аспект в рекламных материалах и на платформах социальных сетей поможет создать положительное восприятие диспансера среди потенциальных пациентов. Дополнительным ключевым элементом стратегии будет являться низкая цена на медицинские услуги в сравнении с частными конкурентами. Низкая цена должна восприниматься, как не только экономическая, но и социальная мера, направленная на повышение доступности качественной медицинской помощи. Еще одним важным аспектом маркетинговой стратегии является предоставление новых услуг по полису обязательного медицинского страхования. Это увеличит число потенциальных клиентов, поскольку многие предпочитают обращаться в медицинские учреждения, которые принимают страховые полисы. Таким образом, эффективная маркетинговая стратегия, сфокусированная на высоком качестве услуг по доступным ценам, а также предоставлении новых услуг по полису обязательного медицинского страхования, станет ключевым инструментом для привлечения новых клиентов и увеличения численности пациентов в кожно-венерологическом диспансере.

Исходя из анализа воздействия недостатка кадров в государственных медицинских учреждениях Иркутской области, особенно в контексте кожно-венерологического диспансера,

выявлена потребность во введении новых медицинских услуг и разработке маркетинговой стратегии. Эти шаги направлены на улучшение качества оказываемой медицинской помощи, привлечение дополнительных специалистов и увеличение финансового потока диспансера. Внедрение новых услуг, включая меры по маркетингу, станет ключевым механизмом для преодоления вызванных дефицитом кадров проблем и обеспечит более эффективное функционирование медицинского учреждения в интересах общества. ■

1. Здоровье россиян в 2023 году: статья на сайте города Иркутска. URL: https://ircity.ru/text/society/2023/06/05/72367994/#card_6 (дата обращения: 12.12.2023).

2. Иркутская область. Региональная программа модернизации первичного звена здравоохранения на 2021-2025 годы: Приложение № 10. URL: <https://minzdrav-irkutsk.ru/upload/iblock/212/6lzqk62q5kxc9bnk12uq8w4e71jjh8b0.pdf> (дата обращения: 13.12.2023).

3. Обзор событий в провинциальной медицине Иркутска и его окрестностей в досоветский период // Министерство здравоохранения Иркутской области. URL: https://minzdrav-irkutsk.ru/news/khronika-provintsialnoy-meditsiny-irkutsk-i-ego-okrestnosti-v-dosovetskiy-period.html?sphrase_id=838516 (дата обращения: 13.12.2023).

4. О здравоохранении и медицинских работниках в Иркутске // Venera. URL: http://venera.irkutsk.ru/About_medical/On_health_workers (дата обращения: 12.12.2023).

5. Платная и бесплатная медицина: особенности и аспекты // MedRussia. URL: <https://medrussia.org/10442-platnojj-i-besplatnojj-medicine/> (дата обращения: 12.12.2023).

6. Цены на косметические процедуры в медицинском центре «Venera» в Иркутске // Venera. URL: <http://venera.irkutsk.ru/med-services/price/kosm/> (дата обращения: 12.12.2023).

7. Клинический прием взрослых пациентов: услуги и цены // KlinikaExpert. URL: <https://klinikaexpert.ru/group/adult/1734> (дата обращения: 12.12.2023).

8. Консультации гинеколога: возможности и расценки // Feniks-MD. URL: <https://feniks-md.ru/konsultativnyj-priyem-vracha-ginekologa> (дата обращения: 12.12.2023).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Здоровье россиян в 2023 году: статья на сайте города Иркутска. URL: https://ircity.ru/text/society/2023/06/05/72367994/#card_6 (дата обращения: 12.12.2023).

Иркутская область. Региональная программа модернизации первичного звена здравоохранения на 2021-2025 годы: Приложение № 10. URL: <https://minzdrav-irkutsk.ru/upload/iblock/212/6lzqk62q5kxc9bnk12uq8w4e71jjh8b0.pdf> (дата обращения: 13.12.2023).

Клинический прием взрослых пациентов: услуги и цены // KlinikaExpert. URL: <https://klinikaexpert.ru/group/adult/1734> (дата обращения: 12.12.2023).

Консультации гинеколога: возможности и расценки // Feniks-MD. URL: <https://feniks-md.ru/konsultativnyj-priyem-vracha-ginekologa> (дата обращения: 12.12.2023).

О здравоохранении и медицинских работниках в Иркутске // Venera. URL: http://venera.irkutsk.ru/About_medical/On_health_workers (дата обращения: 12.12.2023).

Обзор событий в провинциальной медицине Иркутска и его окрестностей в досоветский период // Министерство здравоохранения Иркутской области. URL: https://minzdrav-irkutsk.ru/news/khronika-provintsialnoy-meditsiny-irkutsk-i-ego-okrestnosti-v-dosovetskiy-period.html?sphrase_id=838516 (дата обращения: 13.12.2023).

Платная и бесплатная медицина: особенности и аспекты // MedRussia. URL: <https://medrussia.org/10442-platnoj-i-besplatnoj-medicine/> (дата обращения: 12.12.2023).

Цены на косметические процедуры в медицинском центре «Venera» в Иркутске // Venera. URL: <http://venera.irkutsk.ru/med-services/price/kosm/> (дата обращения: 12.12.2023).

Staff shortage and its impact on the budget of state budgetary health care institutions of the Irkutsk region on the example of the state budgetary health care institution «Regional skin and venereological dispensary»

© Rogozhina M., Shpakova V., Shpakova N., 2024

This article highlights the urgent problem of medical staff shortage and its direct impact on the financial condition of budgetary health care institutions in the region. The article analyzes the current situation in the State Budgetary Institution «Regional Skin and Venereal Dispensary», identifying the main aspects of the lack of qualified personnel and the consequences of this phenomenon for the budget of the institution. The authors also propose possible solutions to this problem and describe the expected result.

Keywords: medical personnel, shortage of medical personnel, medical services, market analysis, financial condition, staffing

УДК 338.465

СОКРАЩЕНИЕ ОБРАЩЕНИЙ ПО ОМС И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ДОХОДЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ БЮДЖЕТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ НА ПРИМЕРЕ ГБУЗ «ОБЛАСТНОЙ КОЖНО-ВЕНЕРОЛОГИЧЕСКИЙ ДИСПАНСЕР»

© Рогожина М. П., Шпакова В. Я., Шпакова Н. А., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье рассматривается проблема сокращения обращений по ОМС и их влияние на бюджет государственных бюджетных учреждений здравоохранения Иркутской области на примере ГБУЗ «Областной кожно-венерологический диспансер». Автор анализирует причины уменьшения количества обращений по ОМС и оценивает возможные последствия для финансовой ситуации в области здравоохранения. В статье также предлагаются рекомендации по повышению эффективности использования ресурсов и оптимизации бюджета ГБУЗ «Областной кожно-венерологический диспансер».

Ключевые слова: ОМС, сокращение обращений по ОМС, медицинские услуги, недостаток финансовых средств, лабораторные исследования, сокращение количества пациентов, медицина

В настоящее время в Иркутской области регистрируется устойчивое сокращение обращений граждан, пользующихся полисом обязательного медицинского страхования (ОМС), в государственные бюджетные учреждения системы здравоохранения.

Эта динамика формирует значительные финансовые проблемы для бюджетов указанных учреждений, включая существенное воздействие на функционирование Государственного бюджетного учреждения здравоохранения «Областной кожно-венерологический диспансер». Снижение числа обращений свидетельствует о потенциальных проблемах в доступности и качестве медицинских услуг, а также о недостаточной осведомленности

населения относительно возможностей, предоставляемых посредством ОМС. Этот феномен налагает обязанность провести глубокий анализ и разработать систему мер по улучшению информационной деятельности, расширению доступности медицинской помощи и стимулированию обращений граждан в медицинские учреждения.

Общая доля государственной медицины и обязательного медицинского страхования (ОМС) на рынке здравоохранения в России продолжает оставаться важным фактором, составляя почти 70 % от общего объема медицинских услуг. Распространение полиса ОМС в прошлом успешно способствовало повышению доступности

медицинской помощи для населения, что отразилось в заметном увеличении числа обращений в

государственные больницы (рис.1 Структура рынка медицинских услуг в России) [1].



Рис. 1. Структура рынка медицинских услуг в России

Значительная часть финансирования этих медицинских учреждений зависела от обращений пациентов, осуществляемых по полису ОМС. Этот механизм финансирования не только обеспечивал устойчивость государственной медицины, но и предоставлял населению возможность получения качественных медицинских услуг без дополнительных финансовых затрат. Однако в последнее время наблюдается отчетливое снижение активности граждан при обращении по данному виду страхования, что оказывает негативное воздействие на финансовое состояние больниц. Этот спад в объеме проводимых исследований по обязательному медицинскому страхованию свидетельствует о существенном уменьшении

интереса пациентов к данному направлению медицинского обслуживания. Данные Всероссийского союза страховщиков подчеркивают, что в текущем году отмечается ухудшение качества и доступности медицинских услуг по ОМС, с ростом жалоб от застрахованных на 14 % [2]. Уменьшение обращений по полису обязательного медицинского страхования (ОМС) в России свидетельствует о ряде факторов, влияющих на пересмотр интересов населения и восприятие системы обязательного медицинского страхования. В соответствии с проведенным анализом, выделяются ключевые проблемы, которые привели к уменьшению активности граждан при использовании полиса ОМС [3] (рис.2).

ФАКТОРЫ, ОСТАНАВЛИВАЮЩИЕ ОТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОЛИСА ОМС

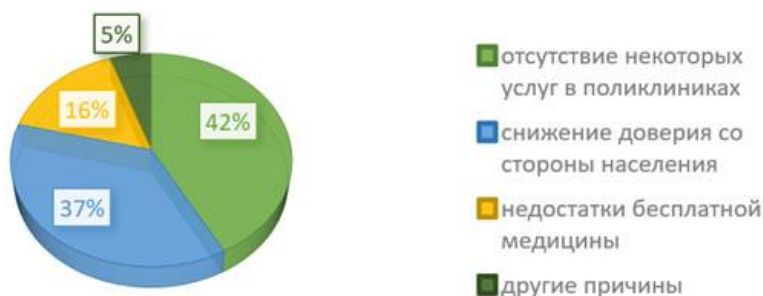


Рис. 2. Факторы, останавливающие от использования полиса ОМС

Прежде всего, отсутствие некоторых медицинских услуг в поликлиниках, работающих по ОМС, становится значимым барьером для пациентов. Это создает ощущение неполноты и ограниченности возможностей, что, в свою очередь, подрывает доверие к системе обязательного медицинского страхования. Пациенты, сталкиваясь с ограничениями в доступе к определенным медицинским услугам, предпочитают обратиться к платным медицинским учреждениям, где они могут рассчитывать на более широкий спектр услуг.

Ухудшение доверия со стороны населения к предоставляемым услугам в рамках обязательного медицинского страхования также играет значительную роль. Отзывы россиян указывают на возрастающую убежденность в том, что бесплатная медицина обременена недостатками и неспособна обеспечить высокий стандарт качества, который они ожидают. Сравнение с услугами платной медицины ставит бесплатную систему в невыгодное положение, и пациенты предпочитают обращаться к платным медицинским услугам, предполагая более

высокую эффективность и комфорт. Это создает негативный образ системы обязательного медицинского страхования и подчеркивает необходимость изменений и улучшений в текущей системе. В целом, уменьшение обращений по полису ОМС объясняется сложным взаимодействием факторов, включая ограниченность предлагаемых услуг, ухудшение доверия населения к бесплатной медицине и увеличение числа жалоб. Эти аспекты представляют собой серьезные проблемы для развития системы обязательного медицинского страхования в России, требуя комплексного подхода и принятия мер для улучшения качества услуг и восстановления доверия со стороны населения.

В результате проведенного анализа за отчетный 2022 год становится очевидным [4], что лабораторными подразделениями ГБУЗ «Областной кожно-венерологический диспансер» было выполнено 451,158 исследований, что отмечается как снижение на 8,6 % по сравнению с предыдущим 2021 годом. Это уменьшение объема исследований свидетельствует о изменениях в активности лаборатории и может потенциально связываться с различными факторами, такими как изменения в

потребительском спросе, организационные изменения или внешние факторы влияния. Структура проведенных исследований также претерпела существенные изменения. Из общего числа исследований 30 % было выполнено по бюджету, 46 % — по обязательному медицинскому страхованию (ОМС), и 23,8 % — по платным услугам. Эти данные свидетельствуют не только о сокращении общего объема проведенных исследований, но и о сдвиге в структуре финансирования, что требует дополнительного изучения и анализа.

На сегодняшний день наблюдается необходимость в расширении спектра медицинских услуг, предоставляемых лабораторией при кожно-венерологическом диспансере, с целью улучшения финансового положения учреждения. Результаты проведенных исследований ясно указывают на высокий спрос на платные медицинские услуги, особенно на анализы и диагностику. Около 43 % опрошенных готовы оплачивать платные услуги, при этом 63 % предпочли воспользоваться возможностью сдачи анализов по полису обязательного медицинского страхования (рис.3 Спрос на медицинские услуги) [5].



Рис. 3. Спрос на медицинские услуги

Эти данные соотносятся с результатами «Анализа рынка лабораторной диагностики в России», представленными BusinesStat в 2023 году, где отмечается рост численности потребителей услуг лабораторной диагностики на 12 % за период

с 2018 по 2022 год, достигнув отметки в 117,4 миллиона человек в России (рис.4 Статистика численности услуг лабораторной диагностики в России) [6].

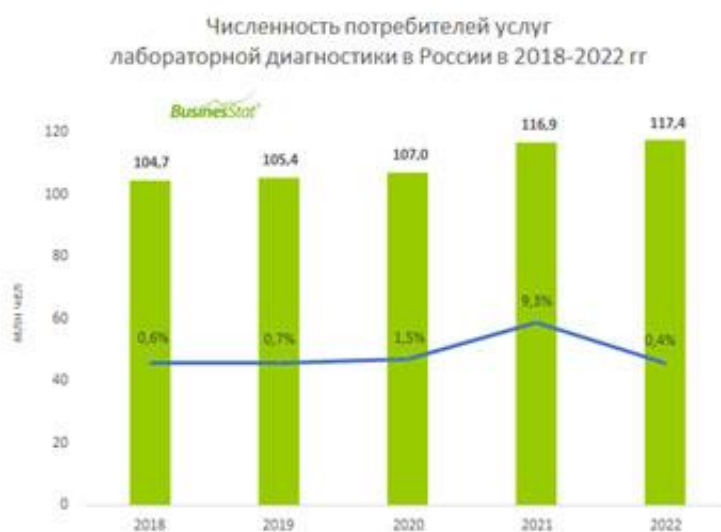


Рис. 4. Статистика численности услуг лабораторной диагностики в России

Принимая во внимание результаты опроса и динамику рынка, введение новых видов анализов представляется перспективным шагом, который будет активно востребован среди населения. Это предоставит лаборатории дополнительные возможности для удовлетворения растущего спроса на медицинские услуги и станет ключевым фактором в улучшении её финансового положения. В первую очередь, важно внедрить тесты на обнаружение инфекций, поскольку их раннее выявление имеет стратегическое значение в предотвращении и контроле инфекционных заболеваний. Также предоставление услуг генетической диагностики для выявления наследственных заболеваний, генетических мутаций и предрасположенности к конкретным заболеваниям. Это не только позволит персонализировать медицинские процедуры, но и повысит эффективность лечения. Расширение спектра биохимических анализов также представляет собой значимый шаг, поскольку это обеспечит более глубокую оценку состояния организма и выявление возможных нарушений в работе внутренних систем, таких как уровень сахара, холестерина, а также маркеры функции почек и печени. Предоставление иммунологических и аллергических анализов будет важным компонентом оценки иммунитета организма и выявления аутоиммунных состояний. Анализы на антитела и аллергические тесты позволят точнее определить состояние иммунной системы пациента. Широкий спектр этих медицинских услуг позволит удовлетворить разнообразные потребности пациентов, а также повысит качество медицинского обслуживания.

Кроме расширения перечня предлагаемых услуг, еще одним аспектом является сотрудничество ГБУЗ «Областного кожно-венерологического диспансера» с частными клиниками. В рамках предоставления услуг по взятию и исследованию анализов, что представляет собой перспективную стратегию, способную существенно расширить клиентскую базу и улучшить финансовое положение диспансера. Взаимодействие с частными учреждениями, специализирующимися на других направлениях медицинской деятельности, позволит диспансеру предложить более широкий спектр медицинских услуг своим клиентам. Расширение ассортимента услуг привлечет новых пациентов и укрепит лояльность существующей клиентуры. Кроме того, сравнительный анализ с другими платными клиниками показывает, что ГБУЗ «Областной кожно-венерологический диспансер» предоставляет не только те же услуги, что и конкуренты, но и делает это по более доступным ценам. Это значительное преимущество, которое может стать сильным стимулом для пациентов выбирать именно этот диспансер для удовлетворения своих медицинских потребностей.

В завершение хочется отметить, что снижение обращений по полису обязательного медицинского страхования (ОМС) представляет серьезную проблему для государственных бюджетных учреждений здравоохранения Иркутской области. Анализ результатов исследования подтверждает долгосрочный тренд снижения числа обращений граждан в эти учреждения, оказывающий значительное воздействие на их финансовое положение, включая ГБУЗ «Областной кожно-венерологический диспансер». В контексте этой проблемы, расширение спектра предоставляемых медицинских услуг в кожно-венерологическом диспансере Иркутска предстает как стратегически важный шаг. Эта инициатива направлена не только на привлечение новых пациентов, но и на активизацию финансового потока, необходимого для поддержания высокого стандарта медицинского обслуживания. Принятие данной стратегии предоставляет диспансеру возможность эффективно решить проблему ограниченных финансовых ресурсов, способствуя в конечном итоге обеспечению более качественного и всестороннего лечения для его пациентов. Такой подход не только помогает устранить финансовые трудности, но и укрепляет позиции диспансера как ключевого игрока в системе обеспечения здоровья региона. ■

1. Медицинский маркетинг 2022: основы, особенности, тренды // Digitalriff URL: <https://digitalriff.ru/blog/medicinskij-marketing-2021-osnovy-osobennosti-trendy/> (дата обращения: 14.12.2023).
2. Почему нужно запретить государственным ЛПУ оказывать платные медицинские услуги// Медвестник. URL: <https://medvestnik.ru/content/articles/Pochemu-nujno-zapretit-gosudarstvennym-LPU-okazyvat-platnye-meduslugi.html> (дата обращения: 14.12.2023).
3. Россияне стали чаще жаловаться на плохое качество и низкую доступность медицинской помощи// Медвестник. URL: <https://medvestnik.ru/content/news/Rossiyane-stali-chashe-jalovatsya-na-plohoe-kachestvo-i-nizkuu-dostupnost-medpomoshi.html> (дата обращения: 14.12.2023).
4. Аналитика здравоохранения // Venera. URL: <http://venera.irkutsk.ru/personal/analitic/> (дата обращения: 12.12.2023).
5. Платная и бесплатная медицина: особенности и сравнение// MedRussia. URL: <https://medrussia.org/10442-platnoj-i-besplatnoj-medicine/> (дата обращения: 12.12.2023).
6. Медицинские услуги: тенденции рынка и потребительский спрос// РБК. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/14048/> (дата обращения: 12.12.2023).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

- Аналитика здравоохранения // Venera. URL: <http://venera.irkutsk.ru/personal/analitic/> (дата обращения: 12.12.2023).
- Медицинские услуги: тенденции рынка и потребительский спрос// РБК. URL:

<https://marketing.rbc.ru/articles/14048/> (дата обращения: 12.12.2023).

Медицинский маркетинг 2022: основы, особенности, тренды // Digitalriff URL: <https://digitalriff.ru/blog/medicinskij-marketing-2021-osnovy-osobennosti-trendy/> (дата обращения: 14.12.2023).

Платная и бесплатная медицина: особенности и сравнение// MedRussia. URL: <https://medrussia.org/10442-platnojj-i-besplatnojj-medicine/> (дата обращения: 12.12.2023).

Почему нужно запретить государственным ЛПУ оказывать платные медицинские услуги// Медвестник. URL: <https://medvestnik.ru/content/articles/Pochemu-nujno-zapretit-gosudarstvennym-LPU-okazyvat-platnye-meduslugi.html> (дата обращения: 14.12.2023).

Россияне стали чаще жаловаться на плохое качество и низкую доступность медицинской помощи// Медвестник. URL: <https://medvestnik.ru/content/news/Rossiyane-stali-chashe-jalovatsya-na-plohoe-kachestvo-i-nizkuu-dostupnost-medpomoshi.html> (дата обращения: 14.12.2023).

Reduction of claims under oms and their impact on the budget of state budgetary health care institutions of Irkutsk region on the example of state budgetary institution «Regional skin and venereological dispensary»

© Rogozhina M., Shpakova V., Shpakova N., 2024

This article considers the problem of reducing the number of appeals under MHI and their impact on the budget of state budgetary health care institutions of the Irkutsk region on the example of GBUZ «Regional Skin and Venereal Dispensary». The author analyzes the reasons for the reduction in the number of MHI referrals and assesses the possible consequences for the financial situation in health care. The article also offers recommendations for improving the efficiency of resource utilization and optimizing the budget of GBUZ «Regional skin and venereological dispensary».

Keywords: MHI, reduction of appeals under MHI, medical services, lack of financial resources, laboratory tests, reduction in the number of patients, medicine

УДК 336.02

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ КАК СПОСОБ БОРЬБЫ С ТЕНЕВЫМ СЕКТОРОМ ЭКОНОМИКИ

© Пуденков Н. М., Салтыкова Ю. А., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье рассматриваются вопросы теневой экономики, в числе которых способы уклонения предпринимателей от налогов, распространённые схемы бизнес-конспирации, позволяющие минимизировать их уплату в бюджет. Наиболее распространёнными способами является регистрация фирм-однодневок, «бумажного» НДС, дробление бизнеса, налоговая миграция, а также регистрация удобных для манипуляций компаний в особых экономических зонах. Все это наносит ущерб экономике в виде недополученных налогов, непоступлений в фонды социального назначения, а также в целом сказывается на деморализации бизнеса. Однако курс на цифровизацию экономики и различные сферы предпринимательской инфраструктуры позволяет раскрывать теневую сторону бизнеса и рост вывода скрытого от налоговой службы оборота является лишь вопросом обозримого будущего.

Ключевые слова: теневая экономика, налоговая конспирация, цифровизация бизнеса, налогообложение МСП

Наличие теневой экономики во всех странах мира почти закономерное явление. И главная задача политики любого государства — сведение ее к минимальной доле по отношению к официальной сфере, поскольку это состояние является своеобразным индикатором финансового и социального здоровья общества в целом и функционирование государства в частности.

Под теневой экономикой следует понимать те виды хозяйственной деятельности, которые по разным причинам не были учтены прямыми статистическими методами наблюдения, а это неофициальные или незаконные экономические операции, такие как незадекларированные доходы или уклонение от уплаты налогов. Разумеется, такое

положение оказывает негативное влияние на экономическую стабильность, потенциал для социально-экономического развития и справедливое распределение ресурсов. Теневой бизнес искажает макроэкономические показатели, затрудняет оценку состояния и прогнозирование развития экономики, деморализует общественные отношения.

В мире предпринимательства наблюдается серьезная проблема — недоверие бизнеса к государству. Это явление ведет к увеличению числа предпринимателей, которые предпочитают работать в тени, скрывая свою деятельность от официальных структур. Одной из основных причин такого поведения является страх бизнесменов перед возможным негативным влиянием государства на их

деятельность. Многие предприниматели опасаются показывать рост своих оборотов и повышение эффективности своих бизнес-процессов. Они боятся, что государство может использовать эти данные в своих интересах, в большей степени для увеличения налогового бремени на бизнес. Это создает негативную атмосферу и сдерживает прозрачность экономики в стране.

Самый распространённый способ бизнес-конспирации — это регистрация фирм-однодневок. Для получения необоснованных налоговых вычетов используется в компании фиктивный документооборот, который доказывает предъявление налогоплательщику суммы НДС по договору. Этот налог исчисляет продавец при реализации товаров, работ или услуг, а далее полученную обозначенную сумму заявляет в налоговой декларации для вычета. Не редки случаи, когда фактически товара или услуги нет и не было, и договор с контрагентом заключается именно для проведения «бумажного» НДС. При этом, посредник может являться и долгоиграющей фирмой. Также для уменьшения налоговой базы для расчета по налогу на прибыль учитываются расходы в пользу таких фирм-однодневок, которых фактически не было. А далее происходит обналичивание полученных сумм или вывод в офшор. Учитывая, что встречается чаще всего такая схема в наиболее существенных по доле участия в экономике России таких сферах экономической деятельности как ритейл, перевозки и строительство, то и ущерб или недополученные налоги значительны.

Одним из основных преимуществ для малого и среднего бизнеса является упрощенная система налогообложения и льготный порядок исчисления страховых взносов. Для применения льготных режимов нужно соответствовать критериям соответствия МСП: по сумме годового дохода, числу среднесписочной численности. Разумеется, практически всегда первый критерий самый «острый». Предельная сумма годового дохода для применения упрощенной системы налогообложения по состоянию на 2023 г. составляет 251,4 млн руб. Нашумевшие истории с блогерами обнажили с новой силой схему конспирации налогоплательщиков — бизнесменов. Еще один способ сокрытия реального дохода для налогообложения — дробление бизнеса. Это означает, что доходы от деятельности фактически одного действующего субъекта зачисляются на счета ИП или организаций взаимозависимых лиц. Согласно ст. 105.1 НК РФ «если особенности отношений между лицами могут оказывать влияние на условия и (или) результаты сделок, совершаемых этими лицами, и (или) экономические результаты деятельности этих лиц или деятельности представляемых ими лиц, признаются взаимозависимыми для целей налогообложения» [1]. Это могут быть супруги, родственники, друзья, на которых зарегистрирован

необходимый другой бизнес, фактически не осуществляющих эту деятельность. Для сохранения условий применения льготного налогообложения важно не превысить установленный предел, который преодолевается с помощью распределения дохода на разные организации. Однако для налоговой службы признаки применения этой схемы установлены, среди которых: применение специальных налоговых режимов, один вид экономической деятельности, одни контрагенты, общие ресурсы (материальные и трудовые). При этом, спектр критериев расширяется, среди которых можно отметить: общий IP-адрес, телефон, электронная почта, сайт, единая система логистики, счета в одном банке, использование общего товарного знака и пр.

Еще одна распространённая схема, так называемая налоговая миграция, означающая перерегистрацию бизнеса в том регионе, где применяются пониженные ставки налога по упрощенной системе налогообложения. Чаще всего это 1 % налог на объект «доходы», либо даже его отсутствие на определенные виды деятельности для развития региона. Реклама заманчивых предложений от компаний, осуществляющих такой перевод «под ключ» легально с разительной экономией в 6 раз для бизнеса усиливает желание преумножить доход.

В способах сокрытия дохода от налоговой службы также используются возможности особой экономической зоны (ОЭЗ), согласно данным Министерства экономического развития и торговли РФ сейчас их насчитывается 50, большая часть которых относятся к промышленно-производственным [2]. Схема работает следующим образом: компания регистрирует новую свою компанию в ОЭЗ, пользующуюся привилегиями нулевого налога на прибыль. Ей передается на бумаге в собственность дорогостоящие основные фонды: здания, сооружения, участки, машины и оборудование, необходимые для производства, которое позже и берется у нее в аренду. Налог на имущество у резидентов ОЭЗ первые 6 лет также по нулевой ставке. Далее арендаторы отражают эти завышенные затраты в своих расходах, из-за чего уменьшались налоговые поступления в бюджет.

Эффективная борьба с теневой экономикой и обеспечение прозрачного налогообложения требует системного подхода и постоянного совершенствования мер и инструментов для экономического развития и социальной справедливости. Налоговые «игры» с государством на сегодняшний день становятся опаснее, поскольку усиленный курс на цифровизацию экономики страны позволяет выводить из тени бизнес. Проведенные мероприятия имеют положительные результаты, в частности:

- внедрение Центральным Банком платформы «Знай своего клиента». Ее разработка была ориентирована на противодействие отмыванию денег компаниями и ИП. За год работы удалось

предотвратить вывод в теневой сектор экономики более 50 млрд. руб. Сервис построен по принципу светофора, где идет распределение всех участников по уровню риска, соотнося их к световому индикатору, где зеленый свидетельствует о надежности и прозрачности клиента, желтый маркирует субъекта с определенной степенью недоверия. Агентам, которым присвоен красный уровень риска уличили в проведении незаконных операций и к ним применяются ограничительные меры, например, они не смогут снять со счета, вклада и депозита, перевести деньги с помощью интернет-банка, включая систему СБП, снять остаток при расторжении договора в деятельности;

- введение автоматизированной упрощенной системы налогообложения (АУСН), которая сама рассчитывает налоги, отменяет страховые взносы, их на себя перекладывает государство. Разумеется, у такого налогового режима есть достоинства и недостатки, являющиеся по сути ограничениями по его применению. Тем не менее, главная идея прозрачности бизнеса, цифровизации операций по счетам проходит красной линией в этом вопросе;

- снижение налоговой нагрузки предпринимателей на системе налогообложения УСН по объекту «доходы», а также на патентной системе с работниками до 50 % и без таковых до нуля.

Процесс цифровизации здесь мало значит, однако возможность уменьшить налог на сумму уплаченных страховых отчислений за работников, не превышая суммы налога в 50 % позволяет вывести зарплаты из категории «серых» в «белые», а значит и перечисления в соответствующие фонды реальными, а не номинальными. Если бизнес подразумевает торговый сбор, то и его можно применить как вычитаемое из налога. А в случае, если предприниматель работает один, то все перечисленные страховые взносы могут уменьшить налог до нуля, если доходы будут примерно в критерии микро- и малых предприятий. Согласно реестру малого и среднего предпринимательства ФНС произведен расчет по состоянию на декабрь 2023 г. доли субъектов МСП в размере 63,5 %, относящимся к микропредприятиям с организацией физическим лицом, т.е. ИП [3]. Чаще всего, применяется УСН, соответственно, есть возможность раскрыться на все 100 % существует без ущерба для предпринимательства как минимум у половины указанной категории.

Таким образом, теневая экономика, хоть и сложное явление, не может быть полностью искоренена ни одним из методов, даже самыми эффективными, особенно в России, где теневая экономика укоренилась и стала привычным для многих предпринимателей. Тем не менее, уменьшить ее долю с помощью цифровизации, как неотъемлемой части постиндустриального общества очень значимо для российского бизнеса. Выявление существующих схем ухода от налогов и других

платежей в таком процессе является лишь вопросом времени в обозримом будущем.

Процесс цифровизации должен быть четко спланирован и реализован с учетом всех аспектов. Такой подход позволит пройти новый этап развития экономики и совершенствования системы. В результате, российскому бизнесу будет легче существовать в будущем. Это способствует развитию инноваций и созданию новых рабочих мест, открытию возможностей для развития современных технологий, таких как искусственный интеллект, блокчейн и интернет вещей. Это позволяет предпринимателям осваивать новые рынки и создавать инновационные продукты и услуги. Однако, необходимо учесть и некоторые риски, связанные с цифровизацией экономики. Важно обеспечить защиту данных и информации, чтобы предотвратить возможные кибератаки и утечки конфиденциальной информации. Также следует обратить внимание на вопросы приватности и этики при использовании новых технологий. ■

1. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 146-ФЗ
URL:https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/eab507d8eb4d9c9196ed3567f9f3ee98dd0c2f76 (дата обращения 5.12.2023);

2. Особые экономические зоны. Мин-во экономического развития и торговли РФ//
URL:https://www.economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe_razvitie/instrumenty_razvitiya_territoriy/osoby_economicheskie_zony (дата обращения 8.12.2023);

3. Единый реестр малого и среднего предпринимательства. Федеральная налоговая служба//URL:<https://rmsp.nalog.ru/> (дата обращения: 10.12.2023)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Единый реестр малого и среднего предпринимательства. Федеральная налоговая служба//URL:<https://rmsp.nalog.ru/> (дата обращения: 10.12.2023)

Налоговый кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 146-ФЗ
URL:https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/eab507d8eb4d9c9196ed3567f9f3ee98dd0c2f76 (дата обращения 5.12.2023);

Особые экономические зоны. Мин-во экономического развития и торговли РФ//
URL:https://www.economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe_razvitie/instrumenty_razvitiya_territoriy/osoby_economicheskie_zony (дата обращения 8.12.2023);

Digital transformation as a way against the shadow sphere of economy

© Pudenv N., Saltykova Y., 2024

The article examines the issues of the shadow economy, including ways for entrepreneurs to evade taxes, common

business conspiracy schemes that minimize their payment to the budget. The most common methods are the registration of one-day firms, «paper» VAT, business fragmentation, tax migration, as well as the registration of manipulative companies in special economic zones. All this damages the economy in the form of lost taxes, non-receipt of social funds, and generally affects the demoralization of business. However,

the course towards digitalization of the economy and various areas of entrepreneurial infrastructure allows us to reveal the shadow side of business and the growth of the withdrawal of the review hidden from the tax service is only a matter of the foreseeable future

Keywords: shadow economy, tax secrecy, digitalization of business, taxation of SMEs

УДК 65.01

УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ: СУЩНОСТЬ И МЕТОДОЛОГИЯ (УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ЦИКЛ)

© Травинский В. Н., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье подробно рассматривается сущность и методология управления предприятием. Особое внимание уделено вопросу управленческого цикла: исследуются наиболее распространенные методологии и практики и предлагаются меры к совершенствованию текущих подходов. В частности, предложены решения для повышения эффективности управленческого цикла на основании внедрения принципов Agile-управления («гибкий менеджмент»). Подробно описаны этапы внедрения Agile-подходов на предприятии, развитие этапов определения целей, разработки стратегий, обучения персонала, выбора программного обеспечения, оценки результатов.

Ключевые слова: управление предприятием, стратегическое планирование, управленческий цикл, agile management, цифровизация, инновации, методологии управления, операционное управление

Управление предприятием представляет собой постоянное и системное влияние на деятельность всех его структурных подразделений. В нем охвачены такие аспекты деятельности, как стратегическое планирование, операционное управление и многие другие.

В свете последних десятилетий тема управления предприятием приобрела особенное значение в связи с постоянно меняющейся экономической конъюнктурой, внедрением различных инноваций, технологических новинок и других изменений, характерных для быстроразвивающегося современного мира. Предприятия сегодня постоянно сталкиваются с новыми вызовами и приобретают уникальные возможности, в связи с чем менеджмент должен предпринимать те или иные шаги для того, чтобы соответствовать вызовам времени. Очевидно, что наибольшее влияние на деятельность современных предприятий оказывает цифровизация, что приводит к неизбежной модернизации или даже созданию новых бизнес-процессов. Даже самые консервативные предприятия сегодня вынуждены переходить на цифровые рельсы хотя бы в некоторых аспектах, что требует от их руководителей гибкости и способности быстро адаптироваться к новым условиям, для того чтобы управление материальными и нематериальными ресурсами осуществлялось с наибольшей эффективностью.

Управленческий цикл, являясь одной из ключевых составляющих управления предприятием, приобретает в связи с вышесказанным особое значение, ведь в него входят такие компоненты деятельности, как планирование, организация, мотивация и контроль (см. рис. 1), а следовательно, модернизация, основанная на

внедрении «цифры» в эти процессы, позволит значительно повысить эффективность управления предприятием и обеспечить устойчивый рост предприятия как с точки зрения экономики, так и с позиции репутации, конкурентоспособности, производительности. В целях анализа возможности модернизации действующих практик в управленческом цикле, в статье рассматриваются текущие практики управления предприятием и реализации фаз управленческого цикла, а также предлагаются способы повышения эффективности реализации данных фаз, что в конечном итоге позволит повысить эффективность всего предприятия.

Успех организации напрямую зависит от эффективности работы менеджерского состава. Чем эффективнее руководящий состав управляет предприятием, тем более успешные экономические, социальные и прочие результаты оно показывает. В этой связи управление предприятием можно охарактеризовать как процесс достижения организацией целей и задач посредством координации всех ее ресурсов — человеческих, финансовых, материальных и нематериальных. При этом базисная цель предприятия — это максимизация прибыли, достигаемая путем удовлетворения внутренних потребностей, победы на конкурентном поле, и так далее [3]. В основе управления предприятием лежит стратегическое планирование — первое звено в управленческом цикле. На этапе стратегического планирования менеджмент определяет долгосрочные цели организации и разрабатывает планы для их реализации. Стратегическое планирование требует от руководящего состава предприятия тщательной аналитической работы. Исследуются внутренние

ресурсы организации, ее способности и ограничения, анализируется внешняя среда, оценивается рыночная конъюнктура, конкуренты. После определения общей стратегии наступает этап организации ресурсов. Здесь руководители предприятия осуществляют распределение материальных и нематериальных ресурсов согласно определенной стратегии, чтобы наиболее эффективно выполнить поставленные задачи. Именно от грамотного распределения ресурсов зависит полнота выполнения поставленных целей и задач. Следующим элементом является контроль, во время которого менеджмент занимается слежением за функционированием предприятия и

происходящими внутри организации изменениями. На основании получаемых данных о работе предприятия производится корректировка долгосрочных и краткосрочных стратегий. Таким образом, управлением предприятием представляет собой комплексный процесс, в котором каждый входящий в него элемент играет ключевую роль, но в основе всего стоит руководящий состав. Именно менеджеры организации определяют долгосрочную стратегию, реагируют на внешние и внутренние вызовы, предпринимают шаги по адаптации организации к меняющимся условиям, создают механизмы для гибкого реагирования на те или иные события.



Рис. 1. Управленческий цикл

Методология управления предприятием базируется на принципах планирования, организации, мотивации и контроля, используемых внутри организации. Именно эти четыре составляющие определяют принимаемые менеджерским составом решения. Вопрос выбора правильной методологии в любой организации является ключевым, так как от этого зависит в конечном итоге достижение целей и общий успех компании. Так, организации, в которых методология управления является налаженной и проверенной временем, сохраняются стабильность бизнес-процессов и управления. Но если внешняя среда предприятия динамична и в ней постоянно происходят те или иные изменения, традиционные и проверенные методы ведения бизнеса могут оказаться неэффективными. В этой связи в менеджмент были внедрены так называемые «гибкие системы управления», а именно Agile, Lean и Scrum. Эти три системы направлены на то, чтобы помочь организации как можно быстрее адаптироваться к любому изменению, минимизировать издержки, сконцентрироваться на

командной работе и в конечном итоге сохранить или повысить свою эффективность [6]. Agile, Lean и Scrum популярны в областях деятельности, где бизнес должен наиболее быстро реагировать на меняющуюся внешнюю среду. Например, это касается IT-компаний и стартапов, связанных с новыми технологиями, такими, как блокчейн или big data.

Рассмотрим подробнее каждый этап управленческого цикла. Как указывалось выше, первой фазой цикла является планирование. Во время этого этапа менеджмент определяет стратегические планы бизнеса, формирует направления деятельности, ставит краткосрочные и долгосрочные цели. В начале планирования менеджмент предприятия определяет цели. Основные параметры этих целей — измеримость, достижимость, реалистичность и ограниченность по времени. В качестве примера можно привести увеличение предприятием занимаемой доли рынка, повышение доходов, расширение номенклатуры предлагаемых товаров, улучшение качества обслуживания клиентов и так далее. В основе

краткосрочного и долгосрочного планирования лежит внутренний и внешний анализ. Внутренний анализ проводится для определения ресурсных возможностей организации, действующей организационной структуры, внешний — для исследования тенденций рынка, конкурентного поля, экономической конъюнктуры [1]. Определенные цели и проведенный анализ позволяют определить стратегии, которые позволят в итоге решить поставленные задачи. Обычно стратегическое планирование включает в себя такие масштабные цели и задачи, как разработку и выпуск новых товаров, выход на новые рынки, значительные изменения в производственном процессе и т. п., тогда как тактическое планирование сосредоточено больше на конкретных действиях, осуществление которых позволит в итоге реализовать утвержденную стратегию. Также долгосрочное планирование включает в себя финансовое планирование, оценку рисков, формирование планов на случай наступления форс-мажорных ситуаций и так далее.

После разработки стратегических планов наступает этап организационных мероприятий. На этапе организации в компании выделяются ресурсы, определяются процессы, создаются структуры в целях реализации утвержденной стратегии. Современные организации, как правило, выбирают одну из двух организационных моделей: горизонтальную или вертикальную. При вертикальной модели на предприятии четко определяется так называемая «иерархия власти», в которой цели и задачи спускаются «сверху — вниз», а уровни управления четко определены. При горизонтальной модели управление представляется более гибким и способно очень быстро коммуницировать с целью принятия быстрых решений. Горизонтальная или вертикальная организационная модель выбирается на основании деятельности компании — в зависимости от того, какая бизнес-модель реализуется на предприятии. При этом перед выбором организационной модели предприятие проводит широкую теоретическую подготовку, а именно: задает стандарты качества, утверждает процедуры принятия решений, определяется с принципами операционного управления. На основании этой теоретической подготовки и происходит выбор модели, которая будет реализована на практике.

После обеспечения стабильной организационной структуры вступает в действие фаза мотивации. Это один из важнейших этапов, от которого зависит, насколько искреннее и усердно будут трудиться сотрудники предприятия, насколько они будут хотеть достичь поставленных перед компанией целей, ощущать себя ее частью. Обычно предприятия закладывают в мотивацию и материальные, и нематериальные стимулы, такие как заработная плата, бонусы, льготы, премии, награды, возможности для карьерного и профессионального роста, внутренняя позитивная

корпоративная среда, различные приятные сотрудникам моменты и мелочи, как, например, удобные зоны отдыха, хорошая столовая и так далее. Мотивационные возможности огромны, и их широта и реализация зависят лишь от желания руководства и финансовых возможностей. Отметим, что в современном бизнесе вопросу мотивации уделяется огромное внимание, и «персоналоориентированность» (то есть сосредоточение компании на удовлетворенности жизнью и работой своих сотрудников) стала не менее важным фактором, чем клиентоориентированность. Правильно организованный подход к мотивации сотрудников позволяет существенно повысить продуктивность работы предприятия, снизить «течку», создать действительно высокий имидж компании и бренда на рынке труда.

Завершающей фазой является контроль. На этапе контроля руководящий состав предприятия собирает и анализирует информацию с целью оценки принимаемых управленческих решений и реализуемых действий. Контроль на предприятии осуществляется при помощи постоянного мониторинга ситуации и оценки производительности. Менеджмент оценивает ключевые показатели эффективности (KPI), промежуточные и финальные результаты. Благодаря регулярному контролю на предприятии можно выявлять отклонения от производственного плана, вносить коррективы в процесс планирования закупок, принципы складского хранения, численность персонала и прочее. В настоящий момент на предприятиях чаще всего используются системы CRM и ERP — по сути, большие базы данных, при помощи которых может быть легко оценена и проанализирована любая информация, касающаяся деятельности предприятия [4].

Как мы полагаем, современные технические возможности, в частности, принципы гибкого управления (Agile Management), позволяют существенно улучшить описанные выше фазы управленческого цикла [5]. Agile-подход предполагает установление постоянной связи между всеми этапами управленческого цикла, при которой внесение изменений в один из этапов незамедлительно и логично меняет все остальные. Внедрение принципов гибкого управления сегодня является закономерным шагом в связи с конъюнктурой современного мира — бизнес-ландшафт меняется слишком быстро, и предприятие, стремящееся выиграть конкурентную гонку, должно регулярно подстраиваться под происходящие изменения и активно реагировать на внешние и внутренние вызовы. Классические методы ведения бизнеса были очень эффективны в прошлом, но цифровой мир устанавливает совершенно новые требования к этой деятельности. Agile-менеджмент, в отличие от прежних стилей управления, не предполагает установления длительных и жестких стратегических планов, а,

напротив, сосредотачивается на краткосрочной планировании, в котором различные моменты деятельности предприятия подвергаются регулярной оценке и пересмотру. Agile-подход позволяет организации буквально мгновенно реагировать на любые изменения и легко приспосабливаться к переменам, не тратя при этом материальные и нематериальные ресурсы в критическом количестве.

Agile-менеджмент предполагает использование горизонтальной модели управления, при которой ключевые решения принимаются не «сверху — вниз», а распределяются по малым структурам внутри одной общей команды. То же касается и организации работы — малые структуры внутри общего коллектива могут сами принимать решения о своих действиях, основываясь на общей долгосрочной стратегии. Особенно эффективно этот подход работает в IT-компаниях, где гибкость в деятельности и скорость принятия решений должны быть максимизированы.

Безусловно, определенные предприятия, в которых вертикальная структура управления объяснена самой логикой процессов и деятельностью, не смогут внедрить Agile-модель. Однако для огромного количества современных отечественных и мировых предприятий гибкий подход может оказаться реализуемым и эффективным. Гибкое управление способно оказать огромное влияние на эффективность предприятия, в том числе на мотивацию сотрудников. Благодаря гибкому подходу человек гораздо сильнее ощущает свой вклад в общий результат, так как его действия не подчинены жестким нормам и правилам, и он реализует свой профессиональный потенциал, действуя автономно, ощущая личную ответственность и лично принимая важные решения [2]. Особо эффективен гибкий менеджмент на предприятиях и на должностях, где работа требует проявления творческого подхода. При Agile-подходе сотрудники активно участвуют в принятии решений, вносят свой личный вклад в развитие проектов, стремятся к самообразованию и развитию знаний и навыков, так как это напрямую зависит от итогового результата работы и величины их личного вклада. Особое внимание следует обратить на то, что при Agile-подходе этап контроля перестает быть жестким периодическим событием, а превращается в непрерывное событие. Каждый сотрудник самостоятельно контролирует и свою работу, и работу коллег, что позволяет значительно быстрее выявлять проблемы, анализировать их причины и вносить необходимые изменения.

Для внедрения Agile-подхода на предприятии необходимо осуществить несколько последовательных шагов, а именно: разработать Agile-стратегию, создать сценарий обучения персонала, внедрить подходящее программное обеспечение, создать новую корпоративную культуру. Это непростой процесс, но в итоге

внедрение «гибкого менеджмента» позволит предприятию существенно улучшить свои показатели и репутацию бренда, повысить эффективность, конкурентоспособность, увеличить прибыль. «Гибкая» адаптация классического управленческого цикла в современном мире в итоге существенно повысит эффективность работы предприятия. ■

1. Варфоломеева В.А., Иванова Н.А. Стратегическое планирование деятельности предприятий в условиях цифровой экономики // Журнал прикладных исследований. 2022. – №6. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskoe-planirovanie-deyatelnosti-predpriyatij-v-usloviyah-tsifrovoy-ekonomiki>

2. Лебедева Н.Ю. Корпоративная социальная ответственность: к вопросу об источниках // Вестник ГУУ. 2022. – №10. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-k-voprosu-ob-istochnikah>

3. Мироненко Г.А. Управление предприятием // Производственный менеджмент: теория, методология, практика. 2016. – №6. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-predpriatiem-1>

4. Сулимова Е.А. Цифровой инструментарий управления предприятиями: CRM, ERP, ECM, BI // Инновации и инвестиции. 2023. – №5. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoy-instrumentariy-upravleniya-predpriyatiami-crm-erp-ecm-bi>

5. Elsheikh A.M., Al-Oayef S.M., Aberrah M.I. Agile project management: pros and cons // Системные технологии. 2022. – №2 (43). [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/agile-project-management-pros-and-cons>

6. Warcholinski M. Lean, Agile and Scrum: A Simple Guide [2023]. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://brainhub.eu/library/differences-lean-agile-scrum>

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Elsheikh A.M., Al-Oayef S.M., Aberrah M.I. Agile project management: pros and cons // Системные технологии. 2022. – №2 (43). [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/agile-project-management-pros-and-cons>

Warcholinski M. Lean, Agile and Scrum: A Simple Guide [2023]. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://brainhub.eu/library/differences-lean-agile-scrum>

Варфоломеева В.А., Иванова Н.А. Стратегическое планирование деятельности предприятий в условиях цифровой экономики // Журнал прикладных исследований. 2022. – №6. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskoe-planirovanie-deyatelnosti-predpriyatij-v-usloviyah-tsifrovoy-ekonomiki>

Лебедева Н.Ю. Корпоративная социальная ответственность: к вопросу об источниках //

Вестник ГУУ. 2022. – №10. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-k-voprosu-ob-istochnikah>

Миرونенко Г.А. Управление предприятием // Производственный менеджмент: теория, методология, практика. 2016. – №6. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-predpriyatiem-1>

Сулимова Е.А. Цифровой инструментарий управления предприятиями: CRM, ERP, ECM, BI // Инновации и инвестиции. 2023. – №5. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoy-instrumentariy-upravleniya-predpriyatiami-crm-erp-ecm-bi>

Enterprise management: essence and methodology (management cycle)

© Travinskiy V., 2024

In this article describes in detail the essence and methodology of enterprise management. Particular attention is paid to the issue of the management cycle: the most common methodologies and practices are examined and measures are provided to improve modern approaches. In particular, solutions have been proposed to improve the efficiency of the management cycle by ensuring the limitations of Agile management («agile management»). The stages of development of Agile approaches in an enterprise, the development of stages of defining goals, developing strategies, training, choosing software, and evaluating results for personnel are described in detail.

Keywords: enterprise management, strategic planning, management cycle, agile management, digitalization, innovation, management methodologies, operational management

УДК 65.01

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ КАК КОМПЛЕКСНАЯ СТОИМОСТНАЯ ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

© Травинский В. Н., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье рассматриваются существующие комплексные модели стоимостной оценки предприятия, а также предлагается новая модель, в которой традиционные финансовые показатели совмещены с ключевыми социальными и экологическими. Новая модель позволяет учесть экономическую эффективность, а также влияние деятельности предприятия на общество и окружающую среду. Предложенная модель позволяет более точно и на большей дистанции оценивать потенциал и устойчивость развития компании. Она подчеркивает значимость интеграции социальной и экологической ответственности в корпоративную стратегию предприятия.

Ключевые слова: экономика предприятия, комплексная оценка, социальная ответственность, финансы, нефинансовые индикаторы, корпоративная стратегия, инновации, методика, система

Оценка эффективности деятельности предприятия во все времена считалась одним из ключевых параметров, необходимых для устойчивого развития компании и повышения уровня ее конкурентоспособности на рынке.

Но классические подходы к анализу экономического состояния предприятия весьма ограничены: в первую очередь финансовыми показателями, а именно показателями дохода, прибыли и рентабельности. Тогда как современный мир характеризуется постоянно меняющейся рыночной конъюнктурой и всё более высокими требованиями к социальной ответственности бизнеса. В частности, об этом неоднократно говорилось в самых высоких кругах российской власти. В этой связи очевидна необходимость поиска более комплексного, многоаспектного подхода к оценке результатов хозяйственной деятельности предприятий.

В данной статье предлагается и обосновывается необходимость комплексного подхода к стоимостной оценке результатов хозяйственной

деятельности предприятия. В комплексном подходе, помимо финансовых, учитываются и социальные, экологические, а также другие нефинансовые аспекты деятельности. Благодаря комплексному подходу появляется возможность интегрировать различные показатели и индикаторы в целях расширения оценки эффективности и устойчивости деятельности предприятия. Внедрение комплексного подхода необходимо с нескольких точек зрения. Во-первых, современные предприятия в своей практике ежедневно сталкиваются с высокой сложностью и динамичностью процессов, вследствие чего они должны проявлять гибкость и адаптивность в принятии стратегических решений. Во-вторых, инвесторы, клиенты и социум сегодня как никогда требуют высочайшего уровня прозрачности от бизнеса. В-третьих, комплексная стоимостная оценка позволит компании лучше понимать свои сильные и слабые стороны, а значит, определять краткосрочные и долгосрочные цели и стратегии для собственного развития. В этой связи в данной статье будет проведен анализ текущих, самых распространенных подходов к

экономической оценке предприятия, а также предложена новая модель оценки, базирующаяся на комплексном подходе. Также будет обоснована ее эффективность и возможность применения в настоящих условиях хозяйственной деятельности.

Классические методы экономической оценки предприятия, как уже было сказано выше, базируются на финансовых показателях. Эти методы были разработаны много десятков лет назад во времена, когда условия рынков были стабильны и предсказуемы, и поэтому они направлены на измерение в первую очередь финансовой устойчивости, эффективности и рентабельности предприятий, то есть именно на финансовые аспекты. Классические методы включают в себя инструменты и метрики, позволяющие аналитикам, экспертам, менеджерам и инвесторам оценивать финансовые результаты компании за прошлый и настоящий периоды, а также строить прогнозы на будущее.



Рис. 1. Классические финансовые показатели

Несмотря на то, что эти мультипликаторы являются достаточно эффективными инструментами для оценки финансовой производительности компаний, они имеют ряд недостатков. В первую очередь это связано с игнорированием широчайшего спектра нефинансовых факторов, так как классические методы сосредоточены только на финансовых показателях и не учитывают все прочие аспекты, такие как корпоративное управление, социальную ответственность бизнеса, воздействие на окружающую среду и другие. Также они являются краткосрочно ориентированными, так как в основном сфокусированы на результатах в ближайшее время, что часто приводит к принятию негативных с позиции долгосрочного развития решений [6]. Наконец, некоторые указанные показатели могут широко варьироваться в зависимости от учетных политик и нередко поддаются искажениям для того, чтобы представить более благоприятную финансовую картинку перед инвесторами и партнерами.

Перечислим ключевые финансовые показатели, по которым происходит такая оценка (см. рис. 1):

- рентабельность собственного капитала (ROE). Данный показатель измеряет способность предприятия генерировать прибыль от инвестиций акционеров. ROE рассчитывается как отношение чистой прибыли к среднему собственному капиталу [1];

- рентабельность инвестиций (ROI). Данный показатель измеряет эффективность инвестиций в тот или иной проект или компанию. ROI рассчитывается как отношение прибыли от инвестиций к стоимости компании;

- прибыль до вычета процентов, налогов, амортизации и износа (EBITDA). Данный показатель применяется для оценки операционной эффективности компании, без учета факторов, не связанных с ее основной деятельностью, таких как налоги и проценты [3].

В целом указанные выше методы оценки предоставляют ценную информацию о финансовом состоянии предприятия, но современный мир, постоянно меняющийся и очень динамичный, предъявляет огромные требования еще и к нефинансовым возможностям оценки, которые могут учесть широчайший спектр факторов, которые будут оказывать влияние на устойчивое развитие предприятия. В этой связи в последние годы наблюдается серьезный сдвиг в подходах к экономической оценке предприятий. Бизнес сегодня признает, что для полной картины видения эффективности предприятия, одинаково важно учитывать и финансовые, и нефинансовые аспекты. Эта практика отражает современное понимание того, в каком ключе должна развиваться и расти современная компания, и какую меру ответственности она должна нести перед экологическими и социальными институтами.

Перечислим ключевые факторы, подлежащие оценке в современном мире со стороны предприятий:

- корпоративная социальная ответственность (CSR). В оценку здесь обычно включаются показатели, связанные с социальной ответственностью бизнеса: условия труда, вклад в социальное развитие, взаимодействие с местными социальными группами и другие;

- этическое управление. Здесь, как правило, оценивается влияние корпоративной этики на долгосрочные финансовые показатели компании;

- экологический учет. В этом факторе учитываются такие показатели, как углеродный след, эффективность использования природных ресурсов, влияние на внешнюю среду и так далее;

- «зеленые» технологии. Оценивается вклад предприятия в «зеленые» технологии и инновации.

Как было указано выше, современные тенденции в экономической оценке компаний требуют интегрированного, комплексного подхода, в котором финансовые результаты совмещены с социальными и экологическими факторами. Такая стратегия позволяет более глубоко понять реальную стоимость предприятия, а также отразить его стремление к устойчивому долгосрочному развитию и социальной ответственности. В этой связи следует отметить, что сегодня существуют такие интегрированные модели оценки, как Triple Bottom Line (TBL) и ESG (Environmental, Social, Governance) — в них оценка предприятия производится по финансовым, социальным и экологическим аспектам. Однако применяются они крайне редко и еще не являются широко известными. Тогда как традиционные методы, о которых было подробно сказано в первой части данной статьи, в лучшем случае предоставляют весьма ограниченный взгляд на финансовое состояние компании. Они игнорируют критически важные аспекты для современного мира, в результате чего необходимость в применении интегрированных, комплексных моделей оценки становится буквально незаменимой [2]. Интегрированный подход к экономической оценке компании включает в себя интеграцию традиционных финансовых показателей и показателей социальной и экологической ответственности, а также качества управления. Такой комплексный подход позволяет получить намного более полное представление об устойчивости и ценности компании. Отметим, что на современном этапе развития бизнеса в мире его устойчивость связана не только с финансовыми показателями, но и с социальными и экологическими, которые зачастую выходят на первый план, опережая по своей значимости финансовые результаты. Это феномен современного мира, с которым любая современная компания обязана считаться, если в ее планах значится стабильный и существенный долгосрочный рост.

Немаловажным фактором является и то, что внедрение интегрированного подхода в экономическую оценку предприятия способствует повышению эффективности корпоративного

управления. Учитывая, что наш мир всё больше становится подвержен глобальным экономическим вызовам, этот фактор становится одним из ключевых. Оценивая предприятие с позиции его социального и экологического влияния, инвесторы, партнеры, клиенты и сам руководящий состав могут лучше понимать риски и возможности, а следовательно, делать текущие оценки и строить краткосрочные и долгосрочные планы. Как следствие, интегрированный подход к экономической оценке предприятия нельзя назвать обычной «альтернативой» классическим методам. Точнее сказать, что это необходимость в условиях современной многогранной бизнес-среды. Комплексная оценка позволяет компаниям улучшить свою финансовую производительность, повысить социальную значимость, заявить о реальной экологической ответственности и продемонстрировать управленческую эффективность.

Одной из основных примет современности является ускорение технологических изменений. Это требует от предприятий проявления гибкости и добавления инновационности в своей деятельности. Предлагаемый комплексный подход позволяет с намного большей эффективностью внедрять новые технологии и легче адаптироваться к быстро меняющейся рыночной конъюнктуре, поддерживая при этом устойчивость бизнеса и его социальную ответственность [7]. Помимо этого, в условиях глобализации нашего мира и постоянно растущего уровня конкуренции, комплексный анализ позволяет предприятием намного глубже понимать внутренние и внешние процессы, а следовательно, существенно усилить эффективность в управлении рисками и определении новых возможностей для развития и роста.

Учитывая в анализе социальные и экологические факторы, комплексный подход позволяет также укрепить репутацию компании, улучшить ее взаимоотношения с партнерами, инвесторами, клиентами, социум. Всё это ведет к росту доверия к бренду, открывает двери к новым рынкам и источникам инвестиций, что особенно актуально в условиях растущего интереса к социально ответственным инвестициям. Следовательно, предлагаемый комплексный подход является эффективным инструментом управления и оценки, а также стратегическим активом, который позволяет предприятиям опережать изменения, адаптироваться к ним и извлекать выгоду из появляющихся возможностей. Комплексная оценка играет ключевую роль в обеспечении долгосрочного успеха предприятия и его развития в современной сложной бизнес-среде.

В основе концепции комплексной оценки экономического состояния предприятия лежит идея «интегрированной стоимости». В ней предприятие оценивается не только с позиции генерации прибыли — добавляется еще и учет влияния компании на социальные и экологические системы,

а именно: социальное влияние деятельности предприятия, уровень инновационности, уровень адаптации к вопросу изменения климата и т. д. [5] Предлагаемая модель подразумевает сбор данных из финансовых отчетов, отчетов о социальной ответственности, экологических аудитов, отзывов заинтересованных сторон. Особое внимание в комплексном подходе уделяется таким конкретным факторам, как снижение углеродного следа, улучшение условий труда, повышение качества и уровня жизни в ареалах присутствия предприятия и так далее.

С точки зрения методологии данная модель сочетает в себе количественный и качественный анализы. Количественные данные (финансы, статистика и прочее) анализируются при помощи классических финансовых и статистических методов. Качественный же анализ направлен на то, чтобы оценить работу предприятия с позиции влияния на общество и окружающую среду, а также исследовать потенциал для дальнейшего развития в сфере социальной и экологической ответственности [4].

Как следствие, предложенная в статье комплексная модель стоимостной оценки предприятия позволяет оценить его финансовое, экологическое, социальное состояние, и подготовить базу для построения долгосрочных планов и изменений, сопряженных с общим вектором мирового развития. На этом базисе могут быть приняты более информированные, а следовательно, эффективные стратегические решения.

В заключение подчеркнем, что современный экономический ландшафт предъявляет к предприятиям особые требования. Бизнес-среда требует сегодня от предприятий финансовой эффективности и соблюдения и учета широкого спектра социальных и экологических факторов. Комплексная модель стоимостной оценки предприятия, предложенная в этой статье, представляет собой инновационный подход, в котором классические методы интегрированы с глубоким социальным и экологическим анализом. Комплексная модель отражает понимание того, что долгосрочный успех современного бизнеса неразрывно связан с его способностью оказывать позитивное воздействие на общество и экологию планеты. Таким образом, комплексная стоимостная оценка предприятий выступает в качестве ключевого элемента стратегического развития, которая способна адаптироваться к быстро меняющимся внешним условиям. Комплексный метод, предложенный в настоящей статье, является не просто новой методологией, но и стратегическим инструментом, благодаря которому бизнес сможет эффективно реагировать на внешние и внутренние вызовы и использовать появляющиеся возможности с наибольшей эффективностью. ■

1. Котельникова Н. В. Варианты расчета и анализа рентабельности капитала // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. — №9-1. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/varianty-rascheta-i-analiza-rentabelnosti-kapitala>

2. Немцева Ю. В., Ворожбицкая Ю. В. Методические аспекты оценки инвестиционной привлекательности компании // Вестник РУДН. Серия: Экономика. 2021. — №1. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskie-aspekty-otsenki-investitsionnoy-privlekatelnosti-kompanii>

3. Неуступова А. С. Методы оценки эффективности бизнеса инновационного предприятия // Вестник Академии знаний. 2021. — №6 (47). [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-otsenki-effektivnosti-biznesa-innovatsionnogo-predpriyatiya>

4. Петрухин Н. В. Биржевая — рыночная экономика // Инновационная наука. 2022. — №2-1. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/birzhevaya-rynochnaya-ekonomika>

5. Рузиева Д. А. Перспективы использования комплексного подхода бережливого управления на предприятиях // Вестник науки и образования. 2021. — №15-2 (118). [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-ispolzovaniya-kompleksnogo-podhoda-berezhlivogo-upravleniya-na-predpriyatiyah>

6. Уметбаев И. Ш. Методические подходы к оценке финансового состояния промышленных предприятий // Журнал прикладных исследований. 2022. — №8. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskie-podhody-k-otsenke-finansovogo-sostoyaniya-promyshlennyh-predpriyatiy>

7. Rahal F. Assessing the impact of accounting information about companies on their stock quotes: an empirical analysis of the activities of companies participating in kuwait and saudi arabia stock exchanges // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D. Экономические и юридические науки. 2021. — №5. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/assessing-the-impact-of-accounting-information-about-companies-on-their-stock-quotes-an-empirical-analysis-of-the-activities-of>

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Rahal F. Assessing the impact of accounting information about companies on their stock quotes: an empirical analysis of the activities of companies participating in kuwait and saudi arabia stock exchanges // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D. Экономические и юридические науки. 2021. — №5. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/assessing-the-impact-of-accounting-information-about-companies-on-their-stock-quotes-an-empirical-analysis-of-the-activities-of>

Котельникова Н. В. Варианты расчета и анализа рентабельности капитала // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. — №9-1. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/varianty-rascheta-i-analiza-rentabelnosti-kapitala>

Немцева Ю. В., Ворожбицкая Ю. В. Методические аспекты оценки инвестиционной привлекательности компании // Вестник РУДН. Серия: Экономика. 2021. — №1. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskie-aspekty-otsenki-investitsionnoy-privlekatelnosti-kompanii>

Неуступова А. С. Методы оценки эффективности бизнеса инновационного предприятия // Вестник Академии знаний. 2021. — №6 (47). [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-otsenki-effektivnosti-biznesa-innovatsionnogo-predpriyatiya>

Петрухин Н. В. Биржевая — рыночная экономика // Инновационная наука. 2022. — №2-1. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/birzhevaya-rynochnaya-ekonomika>

Рузиева Д. А. Перспективы использования комплексного подхода бережливого управления на предприятиях // Вестник науки и образования. 2021. — №15-2 (118). [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-ispolzovaniya-kompleksnogo-podhoda-berezhlivogo-upravleniya-na-predpriyatiyah>

Уметбаев И. Ш. Методические подходы к оценке финансового состояния промышленных

предприятий // Журнал прикладных исследований. 2022. — №8. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskie-podhody-k-otsenke-finansovogo-sostoyaniya-promyshlennyh-predpriyatiy>

Economics of the enterprise as a complex value assessment of the results of economic activity

© Travinskiy V., 2024

The article examines existing comprehensive models of enterprise value assessment and proposes a new model, in which traditional financial indicators are combined with key social and environmental factors. The new model allows for the consideration of economic efficiency, as well as the impact of the company's activities on society and the environment. The proposed model enables a more accurate and long-term assessment of the company's potential and sustainability. It emphasizes the importance of integrating social and environmental responsibility into the corporate strategy of the enterprise.

Keywords: enterprise economics, comprehensive assessment, social responsibility, finance, non-financial indicators, corporate strategy, innovation, methodology, system

УДК 378:316.3

РОЛЬ УНИВЕРСИТЕТА В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННЫХ ОБЩЕСТВ

© Угрюмова В. С., Юдалевич Н. В., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье рассматривается роль университета в современной системе обществ. Автор анализирует основные функции университета, его влияние на развитие науки, культуры и образования, а также его роль в формировании интеллектуального капитала общества.

Ключевые слова: университет, образование, наука, культура, интеллектуальный капитал, современные общества

Университет является одним из основных институтов образования, который играет ключевую роль в формировании интеллектуального, культурного и профессионального потенциала современного общества. В статье рассматривается роль университета в общественной системе, его функции и влияние на развитие науки, экономики и культуры.

Функции университета

Современный университет выполняет несколько функций, которые определяют его роль в обществе.

Во-первых, это образовательная функция (передача и распространение знаний), которая заключается в подготовке специалистов различного профиля — от бакалавров и магистров до кандидатов наук.

В представлении большинства высшее учебное заведение — университет — это источник

получения профессиональных навыков и развития разносторонне-развитой личности [1].

Во-вторых, это научно-исследовательская функция, которая предполагает проведение фундаментальных и прикладных исследований, разработку новых технологий и методик.

Научно-исследовательская функция состоит в том, чтобы способствовать формированию готовности будущих специалистов к творческой реализации полученных в университете знаний, умений и навыков, помогает овладеть методологией научного поиска, формирует и развивает опыт проведения исследований.

При этом основной задачей организации и развития научно-исследовательской деятельности учащихся университета «является повышение уровня научной подготовки специалистов с высшим профессиональным образованием и выявление талантливой молодежи для последующего обучения

в аспирантуре и пополнения научно-педагогических кадров университета» [2].

В-третьих, это культурно-просветительская функция, включающая организацию лекций, семинаров, выставок, фестивалей и других мероприятий, направленных на популяризацию науки и культуры среди населения.

Ее можно рассматривать как комплекс образовательных, воспитательных, развивающих отношений, дающих всем обучающимся возможность участия в системе социального партнерства, по итогам которого формируются благоприятные условия для создания ценностных регуляторов полученных знаний, которые становятся основой становления социальных и профессиональных компетенций, которые могут обеспечить конкурентоспособность обучающегося по окончании учебного заведения [3, с. 21–22].

Роль университета в развитии науки

Роль университета в развитии научных исследований трудно переоценить. Университеты являются основными центрами подготовки научных кадров и проведения научных исследований. Они предоставляют условия для работы ученых, обеспечивают доступ к современному оборудованию и базам данных, а также организуют конференции и семинары для обмена опытом и знаниями.

Влияние университета на экономику

Университет оказывает влияние на экономику страны через подготовку специалистов, способных решать актуальные проблемы и задачи. Выпускники университетов, обладающие глубокими знаниями и навыками, становятся основой кадрового состава предприятий и организаций, что способствует их развитию и росту конкурентоспособности. Кроме того, научные исследования, проводимые в университетах, могут иметь значительный экономический эффект, приводя к созданию новых технологий, продуктов и услуг.

Университет и культура

Университет не только влияет на развитие науки и экономики, но и играет важную роль в культурном развитии общества. Культурно-просветительская деятельность университетов способствует формированию у студентов интереса к науке, искусству и культуре, что в свою очередь способствует повышению культурного уровня населения в целом.

Университет и общество

Университет играет ключевую роль в формировании интеллектуального и социального капитала общества.

Он создает условия для развития научных исследований и образования, что способствует экономическому росту и социальному прогрессу.

Университет также способствует созданию новых рабочих мест, развитию инновационной экономики и улучшению качества жизни населения.

Кроме того, он является центром культурного обмена и развития творческих способностей людей

Подводя итоги, можно сказать, что университет является ключевым элементом системы образования, науки и культуры в современном обществе. Его роль нельзя недооценивать, так как он формирует интеллектуальный и профессиональный потенциал страны, развивает науку и экономику, а также способствует культурному развитию общества. ■

1. Олейник Н. Н. Образовательная функция университетов в формировании современных кадров / Н.Н. Олейник ; НИУ БелГУ // Воспроизводство интеллектуального капитала в системе высшего профессионального образования : материалы всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием, Белгород, 18-22 нояб. 2013 г. / отв. ред. И.С. Шаповалова. - Белгород, 2013. - С. 149-151.

2. Научно-исследовательская деятельность студентов [Электронный ресурс] Государственный гуманитарно-технологический университет URL: https://ggtu.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=423&Itemid=118#:~:text=%D0%9D%D0%B0%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%BE%2D%D0%B8%D1%81%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F%20%D0%B4%D0%B5%D1%8F%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C%20%D1%81%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%B9%D1%81%D1%82%D0%B2%D1%83%D0%B5%D1%82%20%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8E,%D0%BD%D0%B0%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BF%D0%BE%D0%B8%D1%81%D0%BA%D0%B0%2C%20%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%20%D0%B8%D1%81%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%81%D0%BA%D0%B0%B9%20%D0%BE%D0%BF%D1%8B%D1%82. (Дата обращения: 25.12.2023)

3. Мазуренко А.В. Педагогические условия становления и развития социальных качеств студенческой молодежи в культурно-образовательной среде вуза: автореф. дис. ... канд. пед. наук. – Ростов-н/Д., 2006. – 23 с.

4. Андерсон, Дж. (2020). Роль университетов в современном обществе: критический анализ. В высшем образовании: Справочник по теории и исследованиям (стр. 229–252). Спрингер, Чам.

5. Бехер Т. и Троулер П. (2018). Академические племена и территории: международные перспективы социологии высшего образования (3-е изд.). Общество исследований высшего образования и издательство Открытого университета.

6. Кокран, К. (2019). Роль университетов в глобальной экономике знаний. В Международном справочнике Пэлгрейва по образованию и глобализации (стр. 603–614). Пэлгрейв Макмиллан, Чам.

7. Дим Р. и Рамбл М. (2021). Меняющаяся роль университета в эпоху цифровых технологий. Журнал теории и практики высшего образования, 21 (1), 7-20.

8. Дилл Д. (2020). Университеты в глобализованном мире: меняющаяся роль и влияние высших учебных заведений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Андерсон, Дж. (2020). Роль университетов в современном обществе: критический анализ. В высшем образовании: Справочник по теории и исследованиям (стр. 229–252). Спрингер, Чам.

Бехер Т. и Троулер П. (2018). Академические племена и территории: международные перспективы социологии высшего образования (3-е изд.). Общество исследований высшего образования и издательство Открытого университета.

Дилл Д. (2020). Университеты в глобализованном мире: меняющаяся роль и влияние высших учебных заведений.

Дим Р. и Рамбл М. (2021). Меняющаяся роль университета в эпоху цифровых технологий. Журнал теории и практики высшего образования, 21 (1), 7-20.

Кокран, К. (2019). Роль университетов в глобальной экономике знаний. В Международном справочнике Пэлгрейва по образованию и глобализации (стр. 603–614). Пэлгрейв Макмиллан, Чам.

Мазуренко А.В. Педагогические условия становления и развития социальных качеств студенческой молодежи в культурно-образовательной среде вуза: автореф. дис. ... канд. пед. наук. – Ростов-н/Д., 2006. – 23 с.

Научно-исследовательская деятельность студентов [Электронный ресурс] Государственный гуманитарно-технологический университет URL: https://ggtu.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=423&Itemid=118#:~:text=%D0%9D%D0%B0%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%BE%2D%D0%B8%D1%81%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9%20%D0%BE%D0%BF%D1%8B%D1%82. (Дата обращения: 25.12.2023)

Олейник Н. Н. Образовательная функция университетов в формировании современных кадров / Н.Н. Олейник ; НИУ БелГУ // Воспроизводство интеллектуального капитала в системе высшего профессионального образования : материалы всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием, Белгород, 18-22 нояб. 2013 г. / отв. ред. И.С. Шаповалова. - Белгород, 2013. - С. 149-151.

Олейник Н. Н. Образовательная функция университетов в формировании современных кадров / Н.Н. Олейник ; НИУ БелГУ // Воспроизводство интеллектуального капитала в системе высшего профессионального образования : материалы всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием, Белгород, 18-22 нояб. 2013 г. / отв. ред. И.С. Шаповалова. - Белгород, 2013. - С. 149-151.

The role of the university in the system of modern societies

© Ugrumova V., Iudalevich N., 2024

This article describes the effect of the role of the university in the modern system of society. The author's analysis reflects the main functions of the university, its influence on the development of science, culture and education, as well as its role in the formation of the intellectual capital of society.

Keywords: university, education, science, culture, intellectual capital, modern society

УДК 004.8

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГЕНЕРАТИВНОГО ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ ШКОЛЫ

© Чанчиков А. А., Чиж С. А., Хамаев С. И., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Во все время школьники и студенты пытаются упростить процесс обучения, используя разные методы — от ответов в конце учебника до «Готовых домашних заданий». В настоящее время появились новые способы — это различные технологии искусственного интеллекта. Мы не говорим в данном случае об этичности использования данных технологий, а исключительно о тех возможностях, которые сегодня появляются перед школьниками и студентами. Несомненно, ответственность в получении знаний лежит на ученике, и нельзя заменять технологиями искусственного интеллекта процесс самостоятельного изучения материала, но отдельные сервисы помогают в написании креативных проектов или создании визуального контента. В настоящей статье рассмотрим отдельные возможности использования генеративного искусственного интеллекта школьниками

Ключевые слова: генеративный искусственный интеллект, «Шедеврум», создание контента для презентаций и проектов, антиплагиат

В период дистанционного обучения, когда школьники посещали занятия, сидя за компьютером, процесс образования перешел в режим «быстро найди ответ в интернете» — если школьник и так уже за компьютером, то открыть параллельный браузер и быстро найти ответ на вопрос, задаваемый учителем, было не сложно.

Несомненно, требовалась определенная креативность в формулировке вопроса, но сам навык обращения за помощью к онлайн-ресурсам прочно закрепился. После перехода в обычный режим, когда у школьников стали забирать телефоны на уроках, возможность использовать сторонние ресурсы осталась только при выполнении домашних работ. Тут в помощь школьнику пришли как обычные справочные системы, условно бесплатные, так и коммерческие — от сервиса «Готовые домашние задания» [3] до заказа работ на условный аутсорсинг. Несомненно, коммерческие сервисы не прибавляют знаний, и вопрос качества результата тоже достаточно остро стоит. В 9 классе у школьников появляется дополнительное задание в рамках курса «Проектная работа». Предполагается разработка и текстовое описание проекта, научного или практического, и его защита в форме презентаций. И вот тут для повышения качества и

привлекательности проекта можно использовать современные технологии.

Первыми технологиями искусственного интеллекта стали иностранные разработки — для генерации визуального контента были Midjourney — <https://www.midjourney.com/home>, Chat GPT — <https://openai.com/blog/chatgpt>., Dall-e-3 — <https://openai.com/dall-e-3> и другие, однако они прежде всего платные, и не всегда доступны для российского пользователя. Чуть позже появились российские разработки, например, «Кандинский» от экосистемы Сбер [2], который позволяет генерировать визуальный контент, или «Шедеврум» от Яндекс [1], который позволяет создавать и картинки, и текст. Кроме того, появилось большое количество ботов, которые генерируют или изменяют по запросу текст.

Сразу отметим, что создать текст, используя только сеть, и выдать за свой не получится. Преподаватели используют различные системы проверки текста, в том числе Антиплагиат.Вуз — antiplagiat.ru. Данная система не только проверяет текст на оригинальность, но и выявляет сгенерированный текст — далее примеры такого выявления.

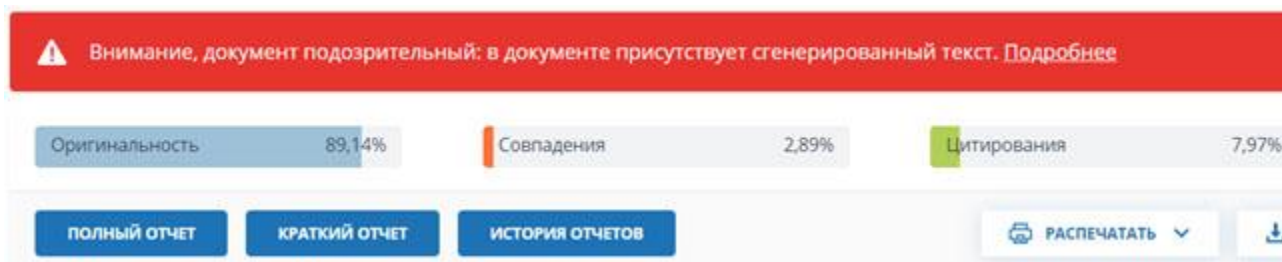


Рис.1. Система обнаружила подозрительный текст

Более того, система выделяет текст, который, по ее мнению, является сгенерированным:

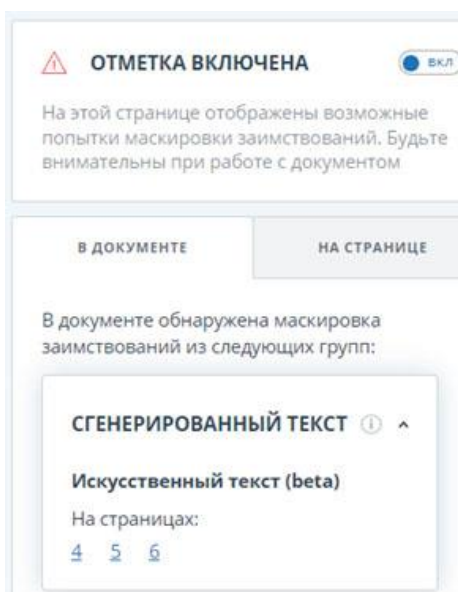


Рис. 2. Отмечен сгенерированный текст

Каким образом система выявляет сгенерированный текст? Скорее всего, она это делает исходя из семантики предложения. Да и преподавателю, который проверяет текст, ясно, что текст не заслуживает высокой оценки, поскольку на сегодня русскоязычные системы генерируют достаточно общие фразы, и не корректно проставляют ссылки на источники.

Кроме того, если у зарубежных систем была долгая история обучения, например OpenAI

обучался на статьях из «Нью-Йорк Таймс» [5], то отечественные системы только начали обучаться. Далее мы видим пример текста от «Шедеврум» по запросу из тестового экзамена по обществознанию на тему «Выборы и референдумы». Мы видим, что на вопрос не поступило явного ответа, и предложенный вариант вряд ли можно использовать при сдаче основного государственного экзамена.

Выбор - это ваш выбор!

Выбор — это процесс принятия решения, в котором человек выбирает из нескольких вариантов.

Референдум — это форма принятия решения на основании прямого волеизъявления граждан. Для этого необходимо собрать подписи или провести голосование.

в чем разница между выборами и референдумом

Рис. 3. Пример сгенерированного текста

Однако, инструменты генеративного искусственного интеллекта можно использовать, например, для разработки презентаций, когда при

визуализации текста нейросеть выдает оригинальный контент.

По запросу «выборы и референдумы» Шедеврум предложил следующую визуализацию:



выборы и референдумы

Рис. 4. Пример визуализации текста для презентации

Аналогичную визуализацию мы получили при запросе «уровни бюджетной системы»:



уровни бюджетной системы

Рис. 5. Пример визуализации текста для презентации

Мы видим, что данные изображения не релевантны запросу, но могут быть использованы для «украшения» презентации.

Более того, исходя из анализа уже генерируемого контента, лучше всего и наиболее релевантно система изображает то, что связано с котами, видимо, это самый частый запрос (отметим, что Шедеврум не смог изобразить символа региона — бабра).

Таким образом, генеративный искусственный интеллект может помогать школьнику в обучении, но только как дополнение к его собственному естественному интеллекту. Грамотно поставить вопрос, оценить качество ответа, выбрать релевантное изображение — все это требует усилий от обучающегося. ■

1. Нейросеть «Шедеврум» от Яндекс. Официальный сайт.

https://shedevrum.ai/?utm_source=yandex&utm_campaign=shedevrum_yandex_search&utm_content=13964997442&utm_term=%D1%88%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D0%B2%D1%80%D1%83%D0%BC&yclid=8821270728132788223 . Дата обращения 29.12.2023

2. Нейросеть «Кандинский» от Сбера. Официальный сайт <https://www.sberbank.com/promo/kandinsky/> Дата обращения 29.12.2023

3. Сервис готовых домашних заданий. Официальный сайт <https://gdz.ru/>. Дата обращения 29.12.2023

4. Грошева Н. Б. Мотивация студентов после периода дистанционного обучения / Н. Б. Грошева, О. В. Курганская, А. А. Тверитинов // Актуальные вопросы управления персоналом : Сборник научных статей IV Национальной (Всероссийской) научно-практической конференции, Москва, 02–06 декабря 2022 года. Том Часть II. – Москва: ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «ЭДЕЛЬВЕЙС», 2023. – С. 105-109

5. Нью-Йорк Таймс подала в суд на Open.AI Официальный сайт газеты

<https://www.nytimes.com/2023/12/27/business/media/new-york-times-open-ai-microsoft-lawsuit.html>. Дата обращения 29.12.2023

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Грошева Н. Б. Мотивация студентов после периода дистанционного обучения / Н. Б. Грошева, О. В. Курганская, А. А. Тверитинов // Актуальные вопросы управления персоналом : Сборник научных статей IV Национальной (Всероссийской) научно-практической конференции, Москва, 02–06 декабря 2022 года. Том Часть II. – Москва: ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «ЭДЕЛЬВЕЙС», 2023. – С. 105-109

Нейросеть «Кандинский» от Сбера. Официальный сайт <https://www.sberbank.com/promo/kandinsky/> Дата обращения 29.12.2023

Нейросеть «Шедеврум» от Яндекс. Официальный сайт https://shedevrum.ai/?utm_source=yandex&utm_campaign=shedevrum_yandex_search&utm_content=13964997442&utm_term=%D1%88%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D0%B2%D1%80%D1%83%D0%BC&yclid=8821270728132788223 . Дата обращения 29.12.2023

Нью-Йорк Таймс подала в суд на Open.AI Официальный сайт газеты <https://www.nytimes.com/2023/12/27/business/media/new-york-times-open-ai-microsoft-lawsuit.html>. Дата обращения 29.12.2023

Сервис готовых домашних заданий. Официальный сайт <https://gdz.ru/>. Дата обращения 29.12.2023

Use of generative artificial intelligence in the educational process of school

© Chanchikov A., Chizh S., Khamaev S., 2024

All the time, schoolchildren and students try to simplify the learning process using different methods — from answers at the end of the textbook to «Ready homework assignments». Currently, new methods have emerged — these are various artificial intelligence technologies. In this case, we are not talking about the ethics of using these technologies, but exclusively about the opportunities that appear for schoolchildren and students today. Undoubtedly, the

responsibility for acquiring knowledge lies with the student, and artificial intelligence technologies cannot replace the process of independent study of the material, but certain services help in writing creative projects or creating visual content. In this article we will consider some possibilities for using generative artificial intelligence by schoolchildren

Keywords: generative artificial intelligence, Masterpiece, content creation for presentations and projects, anti-plagiarism

УДК 004.896; 622.276

БУДУЩЕЕ ДОБЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: РОЛЬ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

© Чекулаев В. О., 2024

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье исследуются перспективы и возможности внедрения искусственного интеллекта (ИИ) в сфере нефтегазовой промышленности. Анализируя текущие вызовы и тренды, автор представляет комплексный взгляд на роль ИИ в оптимизации производственных процессов и повышении эффективности деятельности компаний. В статье рассматривается сложность технологических процессов, необходимость улучшения производительности и снижение эксплуатационных затрат. Помимо этого, автор описывает применение ИИ для оптимизации работы нефтегазовых предприятий. Особое внимание уделяется применению машинного обучения в процессах бурения, разведки и добычи энергетических ресурсов. Дается оценка проблем, возникающих при внедрении ИИ в данной отрасли.

Ключевые слова: искусственный интеллект (ИИ), нефтегазовая промышленность, машинное обучение, данные, интернет вещей, нефтедобыча, бурение скважин, автоматизация производства, «Газпром», «Роснефть»

В эпоху стремительно развивающихся технологий, нефтегазовая промышленность активно осваивает потенциал искусственного интеллекта (ИИ) в поиске оптимальных решений и повышении эффективности производственных процессов.

Изначально представленный как мощный инструмент, способный революционизировать отрасль, ИИ стал объектом осознанного исследования, признания его потенциала, но также и осознания того, что для его успешного внедрения требуется грамотная стратегия и тщательная подготовка данных. Неотъемлемой частью данного процесса является изменение отношения компаний к технологии: от ожидания чудес до понимания, что ИИ — лишь новый инструмент, который требует умелого использования.

Экономический эффект от внедрения ИИ в нефтегазовой отрасли предвосхищает огромные цифры, предполагая, что в перспективе суммарные выгоды для отрасли могут достигнуть заметных значений. Применение технологий искусственного интеллекта в области аналитики, предиктивного обслуживания и оптимизации производственных процессов обеспечивает заметное снижение затрат на ремонт, улучшение производственных показателей и обеспечивает предприятиям конкурентные преимущества на мировой арене.

Несмотря на обозначенные перспективы, стоит признать, что предполагаемый прорыв в использовании ИИ в нефтегазовой отрасли ещё предстоит произойти. Необходимо учесть, что успешная адаптация технологии требует решения ряда технических, организационных и кадровых

задач, включая грамотную подготовку данных, разработку четких стратегий внедрения, а также повышение уровня квалификации персонала. В условиях быстро меняющегося технологического ландшафта, нефтегазовые компании России сталкиваются с вызовом — научиться использовать потенциал искусственного интеллекта не просто как модного тренда, но как ключевого элемента стратегии, направленной на устойчивое и инновационное развитие.

Применение ИИ в нефтегазовой промышленности

Нефтяная промышленность стремится использовать исследовательский и опытно-конструкторский потенциал методов искусственного интеллекта, таких как искусственные нейронные сети. Такие методы способствуют принятию решений, направленных на сокращение затрат, времени и ресурсов. Непрерывный анализ с применением искусственного интеллекта позволяет оперативно выявлять компоненты и детали оборудования в случае выхода из строя или кражи, что является дополнительной причиной преимуществ внедрения ИИ в эксплуатацию нефтяных месторождений и оптимизацию добычи. В нефтяной промышленности традиционно использовались крупные склады для хранения материалов и оборудования с целью обеспечения технического обслуживания. Так создается потенциал для стратегического прогнозирования спроса, а также типы и уровни запасов важной информацией. Прогресс в данном направлении могут способствовать сокращению оборотного капитала и

обеспечивать более эффективное удовлетворение потребностей клиентов [1].

Нефтегазовые корпорации активно внедряют инновационные технологии с целью повышения эффективности своих операций и максимизации доходов. Применение искусственного интеллекта в нефтегазовых операциях открывает новые возможности для разработки алгоритмов, регулирующих процессы бурения как на суше, так и в морских глубинах. Глобальные организации стремятся сделать процессы разведки и добычи более эффективными и оптимизированными.

Инструментарий искусственного интеллекта предоставляет нефтегазовым компаниям возможность цифровизации записей и автоматизации анализа собранных геологических данных. Это, в свою очередь, способствует выявлению потенциальных проблем, таких как коррозия трубопроводов или интенсивное использование оборудования. Применение машинного обучения также позволяет улучшать производительность и эффективность добычи.

В сфере нефтегазовой промышленности искусственный интеллект находит широкое применение, включая оптимизацию процессов добычи через использование компьютерного зрения для быстрого анализа сейсмических и геологических данных. Также осуществляется минимизация времени простоя оборудования для проведения планового технического обслуживания. Искусственный интеллект применяется для более глубокого понимания коллектора и создания моделей для прогнозирования рисков коррозии нефтегазовых трубопроводов с целью снижения затрат на техническое обслуживание [2]. Внедрение искусственного интеллекта в технологические процессы предприятия демонстрирует высокую степень окупаемости, проявляясь в сокращении времени простоя и обеспечении бесперебойного хода производственных процессов. Применение цифровых технологий в сопряжении с искусственным интеллектом позволяет компаниям новым, более эффективным образом решать традиционные проблемы, связанные с эксплуатацией оборудования.

Технологии машинного обучения, включая нейронные сети и интернет вещей, обеспечивают автономное обнаружение потенциальных угроз безопасности и моментальное уведомление персонала. В условиях повышенной опасности эти технологии способны реагировать на возможные проблемы даже до наступления критических ситуаций, обеспечивая эффективное предотвращение катастроф.

С использованием методов искусственного интеллекта предсказание пористости, проницаемости, водонасыщенности и устойчивости ствола скважины становится более точным и эффективным. Адаптивная нейронечеткая система вывода (ANFIS), искусственные нейронные сети

(ANN), метод опорных векторов (SVM) и другие методы позволяют прогнозировать важные петрофизические свойства без необходимости ручного решения математических уравнений. Применение искусственных нейронных сетей представляет собой быстрый и эффективный способ предсказания свойств и характеристик коллектора. Нефтегазовая промышленность успешно использует ИИ для сбора и систематизации обширных данных, применяемых в разведке и добыче нефти и газа. Этот подход делает данные более доступными, открывая новые перспективы для эффективного использования существующей инфраструктуры компаний [1].

Внедрение искусственного интеллекта (ИИ) в нефтегазовый сектор сопряжено с рядом перспективных решений, обеспечивающих эффективное функционирование отрасли. Когнитивные технологии становятся ключевым инструментом в оптимизации процессов нефтяной и газовой добычи, прогнозировании проблем в бурении и повышении эффективности эксплуатации оборудования. ИИ проявляет свою ценность в оперативной деятельности, позволяя предсказывать потенциальные сложности в процессе бурения и минимизировать время простоя оборудования. Эффективность искусственного интеллекта проявляется также в обнаружении пропущенных горизонтов и выявлении перспективных пластов на изученных месторождениях, без дополнительных затрат на бурение новых скважин. Важным аспектом являются системы предупреждения аварий, способствующие снижению стоимости скважин на 3–5 %.

Эксперты выделяют, что технологии искусственного интеллекта оказывают существенное воздействие на уменьшение затрат на ремонты, ликвидацию последствий технологических сбоев, сокращение трудозатрат и инвестиций в обновление оборудования. Предиктивная аналитика, основанная на решениях ИИ, способствует снижению расходов на ремонт энергооборудования и сокращению времени простоев, как считает аналитик Vygon Consulting Ростислав Костюк [3].

Оценки Минэнерго РФ свидетельствуют о том, что к 2025–2040 годам суммарный экономический эффект от внедрения ИИ в нефтегазовой отрасли может достигнуть 5,4 трлн рублей. Прогнозы PwC также указывают на потенциальную экономию в электроэнергетике благодаря внедрению интернета вещей в размере 530 млрд рублей к 2025 году [3].

В России, где нефтегазовая отрасль является ключевой, ведущие компании «Газпром» и «Роснефть» активно разрабатывают передовые решения, стараясь опережать мировые стандарты. «Когнитивный геолог» от «Газпром нефти» представляет собой инновационные самообучающиеся модели, содержащие информацию о геологическом строении,

рентабельности проектов и рекомендуемых методах разработки. «Роснефть» также активно внедряет машинное обучение в бурение, повышая эффективность операций и обеспечивая автоматическую корректировку процессов на 97 % буровых установок [4].

Искусственный интеллект, применяемый в нефтегазовой индустрии, эффективно решает несколько ключевых задач. Первая из них связана с сбором и анализом данных при работе над проектами по разработке месторождений. Например, сотрудничество между Shell и Microsoft на базе облачного комплекса Azure C2 IoT демонстрирует успешное применение искусственного интеллекта для обработки геологических, геофизических и резервуарных данных.

Вторая задача представлена сферой предотвращения сбоев и аварий в нефтегазовой отрасли. Примером является внедрение системы Spark Cognition компанией AkerSolutions, позволяющей мониторить данные от наземных и подводных установок, предсказывать возможные поломки и принимать меры по их предотвращению. Наконец, искусственный интеллект дает возможность добывающим компаниям улучшить прогнозирование цен на ресурсы, имитируя поведение участников нефтегазового рынка и предоставляя точные прогнозы цен на газ и нефть. Это важно для повышения качества стратегического планирования в отрасли [4].

Так, о возможностях и перспективах искусственного интеллекта в нефтегазовой промышленности рассказал руководитель программ развития ИИ в «Газпром нефти» Алексей Шпильман. К настоящему моменту искусственный интеллект уже активно взаимодействует с

нефтяными и газовыми производствами, предвосхищая будущее, когда весь процесс проектирования месторождений будет полностью осуществляться силами ИИ. Сегодня он оказывает помощь нефтяникам в оптимизации процесса бурения скважин и анализе данных сейсморазведки для обнаружения новых залежей углеводородов. А в крупных нефтегазовых компаниях появилась новая профессия — тренер ИИ [5].

Среди перспективных технологических решений в сфере нефтегазовой промышленности выделяются робототехника для бурения, обслуживания и мониторинга скважин, подводная добыча нефти, беспилотные платформы и другие инновационные разработки. Внедрение современных технологий в реальном времени предоставляет цифровым компаниям в нефтегазовой отрасли возможность достижения стратегических целей (табл. 1):

- расширение сырьевой базы предприятия в три и более раза;
- увеличение показателей извлечения и объемов добычи нефти на 10 %;
- повышение производительности предприятий на 10 %;
- снижение удельной себестоимости добычи нефти на 15%;
- уменьшение числа аварий, включая утечки и выбросы, на 20–30 %.

Экономическая эффективность применения концепции «умной» нефтегазодобычи преимущественно достигается за счет сокращения времени простоя нефтедобывающих скважин, уменьшения потерь нефти и газа при сепарации, а также полной оптимизации процессов нефтедобычи [6].

Таблица 1. Преимущества использования «умных» технологий [6]

Показатели	Технологии управления месторождением		
	Активное управление	Реактивное управление	Проактивное («умное») управление
Прирост добычи нефти,%	1	4	10
Прирост запасов нефти, млрд т	5	10	15
Прирост КИН,%	1	5	10
Удельные затраты на автоматизацию, % от выручки	1	2	4
Снижение удельной себестоимости добычи нефти,%	2	5	15
Рост производительности труда,%	1	5	10

Проблемы в нефтегазовой промышленности

Несмотря на все потенциальные перспективы, появившиеся с внедрением искусственного интеллекта в нефтегазовом секторе, существует несколько существенных проблем, подчеркнутых руководителем Ассоциации «Искусственный

интеллект в промышленности» Тимуром Супатаевым [7].

Первым основным барьером является отсутствие готовности индустрии к роли заказчика с текущим пониманием ИИ в промышленности. Хотя многие обсуждают и приветствуют термин «ИИ»,

определение конкретных задач, которые можно решить с его помощью, формирование команды и разработка технического задания часто сталкиваются с трудностями. Вторым фактором, выделенным Супатаевым, является недостаточное количество данных, необходимых для успешного внедрения ИИ, что создает дополнительные трудности в реализации технологии в нефтегазовой сфере. Третьим барьером является неопределенность относительно способностей ИИ в промышленности. Не всегда ясно, какие конкретные задачи системы способны эффективно решать, что, по словам Супатаева, также вносит свою лепту в сложности внедрения [7]. Тем не менее, все эти барьеры вполне преодолимы. Поскольку одни барьеры можно решить просветительской работой среди представителей промышленных компаний и разработкой, внедрением образовательных программ по искусственному интеллекту в учебных заведениях. В то же время в России достаточно данных, но они представлены либо в устаревших форматах, либо распределены между компаниями.

Изменение в отношении нефтегазовых компаний к искусственному интеллекту стало заметным, приведя к осознанию того, что технология представляет собой дополнительный инструмент, требующий грамотного применения и предварительной подготовки данных. Наступившая эра использования искусственного интеллекта не порождает ощутимого отставания российских нефтегазовых компаний от их зарубежных коллег. Важно подчеркнуть, что пока ещё не произошел настоящий прорыв в применении ИИ в данной отрасли. Однако статус-кво может быстро измениться в ближайшем будущем, раскрыв, насколько санкции оказали влияние на российских разработчиков и их способность внедрять передовые технологии.

Таким образом, можно сказать, что рассмотрение влияния искусственного интеллекта на нефтегазовую отрасль выявило внушительный потенциал технологии в оптимизации производственных процессов и повышении эффективности в различных сферах деятельности. Современные тенденции подчеркивают значимость использования ИИ для сокращения затрат, повышения производительности и обеспечения устойчивости в условиях постоянных вызовов индустрии. Несмотря на перспективы, речь идет не только о технических преобразованиях, но и о преобразовании культуры и понимания ИИ в промышленности. Однако, на пути внедрения возникают ряд препятствий, начиная от неготовности отрасли к роли заказчика и заканчивая нехваткой данных и пониманием того, какие задачи можно передать ИИ.

Предполагается, что успешная интеграция искусственного интеллекта в нефтегазовую отрасль не только оптимизирует текущие процессы, но и даст старт новым технологическим решениям.

Применение когнитивных технологий, автоматизация бурения, и использование машинного обучения — всё это лишь первые шаги в направлении более эффективной и устойчивой энергетической будущей. Интерес к искусственному интеллекту в нефтегазовой отрасли нарастает, предоставляя компаниям возможность перейти к инновационному подходу, ставшему ключевым фактором в стремлении к устойчивому развитию. В свете непрерывных технологических преобразований, становится очевидным, что будущее нефтегазовой промышленности тесно связано с развитием и внедрением искусственного интеллекта. ■

1. Еремин Н. А., Селенгинский Д. А. О возможностях применения методов искусственного интеллекта в решении нефтегазовых задач // Известия Тульского государственного университета. Науки о Земле. 2023. -- №1. С. 201-211 : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-vozmozhnostyah-primeneniya-metodov-iskusstvennogo-intellekta-v-reshenii-neftegazovyh-zadach/viewer>

2. Как искусственный интеллект повышает производственную безопасность и эффективность нефтегазовых операций // SmatrGoPro : сайт : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://smatgopro.com/novosti2/oilgasai/#>

3. Эксперты: энергетики России сэкономят триллионы рублей за счет искусственного интеллекта // ТАСС : Информационное агентство. 2020 : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/10330409>

4. Вронская С. Умные скважины: как искусственный интеллект «качает» нефтегазовую отрасль : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://vc.ru/future/155017-umnye-skvazhiny-kak-iskusstvennyy-intellekt-kachaet-neftegazovuyu-otrasl>

5. Шпильман А. Зачем искусственный интеллект нефтяникам и сколько рабочих мест он может предложить людям // Энергия-Плюс. 2023 : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://e-plus.media/people/zachem-iskusstvennyj-intellekt-neftyanikam-i-skolko-rabochih-mest-on-mozhet-predlozhit-lyudyam/>

6. Хитрых Д. О цифровой трансформации энергетической отрасли // Энергетическая политика. 2021. – С. 76-89 : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-tsifrovoy-transformatsii-energeticheskoy-otrasli/viewer>

7. Халбашкеев А. Искусственный интеллект в нефтегазе: ожидания и реальность // Нефтегазовая промышленность. 2023 : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://nprom.online/technology/iskusstvennyj-intellekt-v-neftegaze-ozhidaniya-i-realnost/>

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Вронская С. Умные скважины: как искусственный интеллект «качает» нефтегазовую отрасль : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://vc.ru/future/155017-umnye-skvazhiny-kak-iskusstvennyy-intellekt-kachaet-neftegazovuyu-otrasl>

Еремин Н. А., Селенгинский Д. А. О возможностях применения методов искусственного

интеллекта в решении нефтегазовых задач // Известия Тульского государственного университета. Науки о Земле. 2023. -- №1. С. 201-211 : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-vozmozhnostyah-primeneniya-metodov-iskusstvennogo-intellekta-v-reshenii-neftegazovyh-zadach/viewer>

Как искусственный интеллект повышает производственную безопасность и эффективность нефтегазовых операций // SmatrGoPro : сайт : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://smartgopro.com/novosti2/oilgasai/#>

Халбашкеев А. Искусственный интеллект в нефтегазе: ожидания и реальность // Нефтегазовая промышленность. 2023 : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://nprom.online/technology/iskusstvennyj-intellekt-v-neftegaze-ozhidaniya-i-realnost/>

Хитрых Д. О цифровой трансформации энергетической отрасли // Энергетическая политика. 2021. – С. 76-89 : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-tsifrovooy-transformatsii-energeticheskoy-otrasli/viewer>

Шпильман А. Зачем искусственный интеллект нефтяникам и сколько рабочих мест он может предложить людям // Энергия-Плюс. 2023 : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://e-plus.media/people/zachem-iskusstvennyj-intellekt->

[neftyanikam-i-skolko-rabochih-mest-on-mozhet-predlozhit-lyudyam/](https://e-plus.media/people/zachem-iskusstvennyj-intellekt-neftyanikam-i-skolko-rabochih-mest-on-mozhet-predlozhit-lyudyam/)

Эксперты: энергетики России сэкономят триллионы рублей за счет искусственного интеллекта // ТАСС : Информационное агентство. 2020 : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/10330409>

The future of the extractive industry: the role of artificial intelligence

© **Chekulaev V., 2024**

This article examines the prospects and opportunities for the introduction of artificial intelligence (AI) in the oil and gas industry. Analyzing current challenges and trends, the author presents a comprehensive view of the role of AI in optimizing production processes and improving the efficiency of companies. The article discusses the complexity of technological processes, the need to improve productivity and reduce operating costs. In addition, the author describes the use of AI to optimize the operation of oil and gas enterprises, including data analysis and forecasting changes in energy consumption and costs. Special attention is paid to the application of machine learning in the processes of drilling, exploration and production of energy resources. An assessment of the problems arising during the implementation of AI in this industry is given.

Keywords: artificial intelligence (AI), oil and gas industry, energy industry, machine learning, oil production, well drilling, production automation, Gazprom, Rosneft

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Андрейченко Эдуард Алексеевич

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: Andreichenko.Eduard@mail.ru

Andreychenko Eduard Alekseevich

MS student, Baikal International Business School
Irkutsk State University
1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: Andreichenko.Eduard@mail.ru

Анисов Никита Андреевич

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: anisov.nickita@gmail.com

Anisov Nikita Andreevich

student, Baikal International Business School
Irkutsk State University

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

e-mail: anisov.nickita@gmail.com

Баева Дарья Евгеньевна

отв. секретарь приемной комиссии ИГУ, ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 950 125-34-52

e-mail: ospk@isu.ru

Baeva Daria Evgenievna

executive secretary of the admission committee of
ISU, Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 950 125-34-52

e-mail: ospk@isu.ru

Братищенко Владимир Владимирович

к.ф.-м.н., доцент, доцент кафедры математических методов и цифровых технологий ФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет»
664003, Иркутск, ул. Ленина, д.11, тел.: (3952)52-26-22, +7 914 875-56-75

e-mail: vbrat56@mail.ru

Bratischenko Vladimir Vladimirovich

PhD in Physics and Mathematical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Mathematical Methods and Digital Technologies,
Baikal State University

664003, Irkutsk, st. Lenina, 11, tel.: (3952)52-26-22, +7 914 875-56-75

E-mail: vbrat56@mail.ru

Ван Тунань

аспирант, 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: 1575250667@qq.com

Wang Tunan

graduate student, Baikal International Business School
Irkutsk State University

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

e-mail: 1575250667@qq.com

Вантеев Артём Игоревич

Студент СПО, 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: artym.vanteev.07@mail.ru

Vanteev Artem Igorevich

Student SPO, Baikal International Business School
Irkutsk State University

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

e-mail: artym.vanteev.07@mail.ru

Выборова Екатерина Александровна

студент, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: kvyborova@inbox.ru

Vyborova Ekaterina Aleksandrovna

student, Baikal International Business School
Irkutsk State University

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

e-mail: kvyborova@inbox.ru

Галиева Вера Алексеевна

студент, ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: Galiyeva-03@bk.ru

Galiyeva Vera Alekseevna

student, Irkutsk State University

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

e-mail: Galiyeva-03@bk.ru

Грошева Екатерина Константиновна

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: daswerox@gmail.com

Grosheva Ekaterina Konstantinovna

MS 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. К.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

Деренко Николай Васильевич

доцент, кафедра информационных технологий в менеджменте, Байкальская международная бизнес-школа

ФГБОУ ВПО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: derenko.n@gmail.com

Derenko Nikolay Vasilievich

Associate professor, Baikal International Business School, IT Department

Irkutsk State University

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

e-mail: derenko.n@gmail.com

Жарикова Валерия Сергеевна

студент, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: valeriya.zharikova.2002@mail.ru

Zharikova Valeria Sergeevna

student, Baikal International Business School
Irkutsk State University

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

e-mail: valeriya.zharikova.2002@mail.ru

Зеель Анна Владимировна

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: anyshka0604@mail.ru

Zeel Anna Vladimirovna

MS student, Baikal International Business School
Irkutsk State University

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

e-mail: anyshka0604@mail.ru

Иваник Егор Дмитриевич

аспирант, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: ivegdm@inbox.ru

Ivanik Egor Dmitrievich

postgraduate student, Baikal International Business School
Irkutsk State University

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

e-mail: ivegdm@inbox.ru

Ивачёв Кирилл Павлович

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: k.ivachev.01@mail.ru

Ivachev Kirill Pavlovich

MS student, Baikal International Business School
Irkutsk State University

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

e-mail: k.ivachev.01@mail.ru

Ивашутина Елена 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: ivashutina-alena2002@yandex.ru

Ivshutina Elena Evgenievna

student, Baikal International Business School
Irkutsk State University

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

e-mail: ivashutina-alena2002@yandex.ru

Ильин Константин Ильич

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: 13821110@mail.ru

Iiin Konstantin Ilich

student, Baikal International Business School Irkutsk State University
1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30
e-mail: 13821110@mail.ru

Казакова Ксения Владимировна

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30
e-mail: kseniya.kazakova.99@mail.ru

Kazakova Ksenia Vladimirovna

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University
1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30
e-mail: kseniya.kazakova.99@mail.ru

Какряцкая Юлия Витальевна

гл.бухгалтер, 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: kakryatskaja@yandex.ru

Kakriatskaia Iuliia Vitalievna

Chief Accountant, Baikal International Business School Irkutsk State University
1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30
e-mail: kakryatskaja@yandex.ru

Ким Александр Олегович

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: kimao2011@mail.ru

Kim Aleksandr Olegovich

student, Baikal International Business School Irkutsk State University
1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30
e-mail: kimao2011@mail.ru

Клементьева Юлия Олеговна

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30
e-mail: uliajul@yandex.ru

Klementieva Iuliia Olegovna

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University
1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: uliajul@yandex.ru

Копылова Наталья Владимировна

доцент, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»
664003, г. Иркутск, ул. К. Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30
e-mail: n_v_kopylova@mail.ru

Kopylova Natalia Vladimirovna

Associate Professor, 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

Костина Ксения Анатольевна

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30
e-mail: f10-ksu@yandex.ru

Kostina Ksenia Anatolievna

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University
1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30
e-mail: f10-ksu@yandex.ru

Куклин Андрей Игоревич

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: kuklin.andmew@yandex.ru

Kuklin Andrew Igorevich

student, Baikal International Business School Irkutsk State University
1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30
e-mail: kuklin.andmew@yandex.ru

Лебедева Евгения Александровна

студент, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30
e-mail: evgeniyalebedeva150198@gmail.com

Lebedeva Evgenia Aleksandrovna

student, Baikal International Business School Irkutsk State University
1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30
e-mail: _evgeniyalebedeva150198@gmail.com

Левецкий Иван Валерьевич

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: ilevit@bk.ru

Levitski Ivan Valerievich

MS student, Baikal International Business School
Irkutsk State University

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

e-mail: ilevit@bk.ru

Ли Вэньлун

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: 1790916913@qq.com

Li Wenlong

MS student, Baikal International Business School
Irkutsk State University

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

e-mail: 1790916913@qq.com

Луганская Евгения Валерьевна

доцент, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К. Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: lug-evgenia@mail.ru

Luganskaia Evgenia Valerievna

Associate Professor, Baikal International Business
School Irkutsk State University

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

e-mail: lug-evgenia@mail.ru

Лунёва Виктория Александровна

Студент СПО, 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: luneva.2007@inbox.ru

Luneva Viktoria Aleksandrovna

Student SPO, Baikal International Business School
Irkutsk State University

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

e-mail: luneva.2007@inbox.ru

Медведева Олеся Васильевна

методист по СПО, 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: olecenok@inbox.ru

Medvedeva Olesia Vasilievna

methodologist in secondary vocational education,
Baikal International Business School Irkutsk State
University

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

e-mail: olecenok@inbox.ru

Немокаев Андрей Алексеевич

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: a.nemokaev@mail.ru

Nemokaev Andrew Alekseevich

student, Baikal International Business School Irkutsk
State University

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

e-mail: a.nemokaev@mail.ru

Павлюк Диана Алексеевна

студент, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: dipavl2021@mail.ru

Pavliuk Diana Alekseevna

student, Baikal International Business School Irkutsk
State University

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

e-mail: _dipavl2021@mail.ru

Панцевич Дарья Алексеевна

студент, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: DariaPantsevitch@yandex.ru

Pantsevich Daria Alekseevna

student, Baikal International Business School Irkutsk
State University

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

e-mail: DariaPantsevitch@yandex.ru

Протасов Артём Сергеевич

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: artem.protasov38@mail.ru

Protasov Artyom Sergeevich

MS student, Baikal International Business School
Irkutsk State University

1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30
e-mail: artem.protasov38@mail.ru

Пуденков Никита Михайлович

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30
e-mail: pudenkoffnikita@mail.ru

Pudenkov Nikita Mikhailovich

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University
1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30
e-mail: pudenkoffnikita@mail.ru

Рогожина Мария Павловна

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: MarfarioO@yandex.ru

Rogozhina Mariia Pavlovna

student, Baikal International Business School Irkutsk State University
1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30
e-mail: MarfarioO@yandex.ru

Салтыкова Юлия Анатольевна

доцент, Байкальская международная бизнес-школа, ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»
664003, г. Иркутск, ул. К. Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30
e-mail: sokolk@mail.ru

Saltykova Iuliia Anatolievna

Ass. professor, Baikal International Business School Irkutsk State University
1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30
e-mail: sokolk@mail.ru

Саралидзе Екатерина Александровна

студент, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30
e-mail: sarabas@icloud.com

Saralidze Ekaterina Aleksandrovna

student, Baikal International Business School Irkutsk State University
1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30
e-mail: sarabas@icloud.com

Сольский Борис Викторович

доцент, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»
664003, г. Иркутск, ул. К. Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30
e-mail: bsolsky@yandex.ru

Solskii Boris Viktorovich

PhD, Baikal International Business School Irkutsk State University
1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30
e-mail: bsolsky@yandex.ru

Сольский Максим Борисович

Инженер 1 категории, Восточно-Сибирский филиал ФГУП «ВНИИФТРИ»
664056, г. Иркутск, ул. Бородина, 57, тел. +7 3952 46-83-03
e-mail: Msolsky@yandex.ru

Solskii Maxim Borisovich

engineer, East Siberian branch of FSUE VNIIFTRI
1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664056, phone +7 3952 46-83-03
e-mail: Msolsky@yandex.ru

Сухарева Марина Максимовна

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: marina.blonde@yandex.ru

Sukhareva Marina Maksimovna

student, Baikal International Business School Irkutsk State University
1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30
e-mail: marina.blonde@yandex.ru

Травинский Владислав Николаевич

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30
e-mail: travinskiy98@mail.ru

Travinskii Vladislav Nikolaevich

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University
1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30
e-mail: travinskiy98@mail.ru

Угрюмова Валерия Сергеевна

Студент СПО, 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: ugryumova07@list.ru

Ugryumova valeria Sergeevna

Student SPO, Baikal International Business School
Irkutsk State University
1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: ugryumova07@list.ru

Унагаева Алиса Дмитриевна

Студент СПО, 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: aunagayeva@internet.ru

Unagaeva Alisa Dmitrievna

Student SPO, Baikal International Business School
Irkutsk State University
1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: aunagayeva@internet.ru

Хамаев Савелий Иванович

школьник, Образовательный комплекс «Точка будущего»
664003, г. Иркутск, ул. Байкальская 408, тел. +7
9248212496
e-mail: Dexlegend888@gmail.com

Khamaev Savelii Ivanovich

Student, Educational complex «Point of the Future»
Russia, Irkutsk, Baikalskaya 408, phone +7
9248212496
e-mail: Dexlegend888@gmail.com

Чанчиков Андрей Александрович

школьник, Образовательный комплекс «Точка будущего»
664003, г. Иркутск, ул. Байкальская 408, тел. +7
9248212496
e-mail: andrewchanchikov@gmail.com

Chanchikov Andrew Aleksandrovich

Student, Educational complex «Point of the Future»
Russia, Irkutsk, Baikalskaya 408, phone +7
9248212496
e-mail: andrewchanchikov@gmail.com

Чекулаев Василий Олегович

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: vasilii.chekulaev.05@mail.ru

Chekulaev Vasilii Olegovich

student, Baikal International Business School Irkutsk State University
1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: vasilii.chekulaev.05@mail.ru

Черенцов Денис Сергеевич

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: denis-dev@ga.ru

Cherentsov Denis Sergeevich

student, Baikal International Business School Irkutsk State University
1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: denis-dev@ga.ru

Черкасова Маргарита Викторовна

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: Cherkasova.rita00@mail.ru

Cherkasova Margarita Viktorovna

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University
1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: Cherkasova.rita00@mail.ru

Чиж Семён Андреевич

школьник, Образовательный комплекс «Точка будущего»
664003, г. Иркутск, ул. Байкальская 408, тел. +7
9248212496
e-mail: skwk850@gmail.com

Chizh Semyon Andreevich

Student, Educational complex «Point of the Future»
Russia, Irkutsk, Baikalskaya 408, phone +7
9248212496
e-mail: skwk850@gmail.com

Шпакова Валерия Ярославовна

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: shpakova.valeria2017@yandex.ru

Shpakova Valeria Aleksandrovna

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University
1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: shpakova.valeria2017@yandex.ru

Шпакова Наталья Александровна

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа (институт), ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: n.shpakova@venera.irk.ru

Shpakova Natalia Aleksandrovna

MS student, Baikal International Business School
Irkutsk State University
1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: n.shpakova@venera.irk.ru

Юдалевич Наталья Владимировна
старший преподаватель, 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: wild_teacher@mail.ru
Iudalevich Natalia Vladimirovna
Ass. professor, Baikal International Business School
Irkutsk State University
1, Karl Marx str., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail : wild_teacher@mail.ru
