

ОМСКАЯ ГУМАНИТАРНАЯ АКАДЕМИЯ

# СТУДЕНЧЕСКАЯ ВЕСНА — 2024

XX Международная научно-практическая  
конференция студентов и магистрантов

22 марта 2024 года

Часть 2

*Под редакцией  
доктора филологических наук, профессора  
А. Э. Еремеева*

Омск Издательство ОмГА 2024

УДК 378  
ББК 74.5  
С88

**С88** Студенческая весна — 2024. XX Международная научно-практическая конференция студентов и магистрантов : сборник статей ; под ред. д-ра филол. наук, профессора А. Э. Еремеева : в 2 ч. — Ч. 2. — Омск : Изд-во ОмГА, 2024. — 284 с.

**ISBN 978-5-98566-250-4**

**ISBN 978-5-98566-252-8 (ч. 2)**

Сборник подготовлен по материалам конференции студентов и магистрантов и включает в себя секции: «Актуальные проблемы отечественной и зарубежной филологии и журналистики», «Информационные технологии и математические методы в прикладных исследованиях», «Экономика и управление: актуальные вопросы, достижения и инновации».

Сборник может использоваться как учебное пособие для студентов по специальностям: педагогика, журналистика, психология, социология, экономика, политология, философия.

Печатается по решению редакционно-издательского совета  
Омской гуманитарной академии

Ответственность за точность приведенных данных, аутентичность цитат, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы статей

**УДК 378**  
**ББК 74.5**

**ISBN 978-5-98566-250-4**

© Омская гуманитарная академия, 2024

**ISBN 978-5-98566-252-8 (ч. 2)** © Авторы статей, 2024

# АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ ФИЛОЛОГИИ И ЖУРНАЛИСТИКИ

---

## Социолингвистический портрет В. С. Высоцкого

**С. В. Батукова**

Омская гуманитарная академия

*Научный руководитель — канд. филол. наук, доцент О. В. Попова*

Как отмечают ряд исследователей, учет социальных факторов при порождении речи является одним из обязательных условий социолингвистических исследований. Выделяют следующие факторы, влияющие на речевое поведение человека: социально-классовая принадлежность, возраст, образование, род занятий, место жительства, пол, канал коммуникации, обстановка, тема, форма, цель, характер общения [1]. В этой связи представляется интересным анализ социолингвистического портрета С. В. Высоцкого: родился в семье военного, до пяти лет прожил в Германии, где посещал гарнизонную школу для советских детей в Эберсвальде. Германия не нравилась шустрому пареньку, он грустил о Москве. Феноменальная память помогала мальчику играючи справляться с домашними заданиями: учился он легко, особенно хорошо давались ему литература и французский язык [2].

Послевоенная Москва была наполнена шпаной, а любознательный подросток находил время и погулять, и пошалить, и послушать рассказы «бывалых», что в будущем нашло отражение в его творчестве, и некоторые почитатели таланта искренне были уверены в том, что поэт «отбывал наказание в местах не столь отдаленных».

Следует отметить, что немаловажную роль в становлении Высоцкого-поэта сыграла атмосфера Таганки, в его репертуаре появи-

лись военные, лирические, шуточные, бытовые и даже спортивные песни [2]. Высоцкий исполнял свои песни с такой искренностью, что зрители чувствовали, будто он говорит каждому из них лично. Отсутствие фальши и официоза в его выступлениях покорило сердца людей всех слоев общества. Каждый находил в его песнях что-то своё, что-то близкое – будь то яркий юмор или трогательная трагедия, чистота любви или философский смысл.

Анализ его произведений позволяет увидеть многогранность языкового материала, который использует поэт в своем творчестве:

**Мне скулы от досады сводит...**

Живу, не ожидая чуда,  
Но *пухнут жилы* от стыда, –  
Я каждый раз хочу отсюда  
Сбежать куда-нибудь туда.  
*Хоть* все пропой, *протарабань* я,  
*Хоть* всем *хоть* голым покажись –  
Пустое все, – здесь – *прозябанье*,  
А где-то там – такая жизнь!..  
*Фартило* мне, Земля вертелась,  
И, взявши пары три белья,  
Я – *шасть* – и там! Но вмиг хотелось  
Назад, откуда прибыл я [3].

В стихотворении мы можем заметить множество просторечий и жаргонизмов, лексические повторы «хоть», чтобы показать всю полноту безысходности и бессмысленности действий лирического героя. Что бы он ни сделал – всё не то.

Данное произведение было написано за год до смерти Владимира Высоцкого, уже тогда его лирика была пронизана горестью и бесконечной печалью. Можно предположить, что стихотворение содержит автобиографические мотивы автора, поскольку последние годы его жизни были для него мучительны и крайне тяжелы.

Стихотворение «*Ой, где был я вчера*» описывает человеческий быт, послевоенные времена, то, как люди жили в те времена. Написано просто, но громко, поскольку такие пошлости смел писать далеко не каждый поэт. Много сниженной лексики, просторечий.

Ой, где был я вчера – не найду, *хоть убей*,  
Только помню, что стены с обоями.  
Помню, Клавка была и подруга при ней,  
Целовался на кухне с обоими.  
А наутро я встал,  
Мне давай сообщать:  
Что хозяйку ругал,  
Всех хотел *застрацать*,  
Будто голым скакал,  
Будто песни орал,  
А отец, говорил,  
У меня генерал [4].

При выразительном прочтении стихотворений В. Высоцкий произносит строго и чётко каждую букву и слово. В его устной речи можно услышать следующие особенности:

- в речи присутствует протяжная, звонкая, взрывная Р;
- ярко выражено «аканье»;
- протягивание согласных звуков.

Нельзя не отметить, что В. С. Высоцкий имел довольно приличный баритон диапазоном в две октавы минимум, то есть мог петь и низким, и вполне высоким голосом, пусть и с добавлением хрипотцы. Но всё же голос у него был специфический и совсем не оперный. Его музыкальный стиль сочетал элементы фолка, рока и шансона – комбинация, которая продолжает вдохновлять современных рок-музыкантов [5]. Голос Высоцкого – это не голос профессионального певца, но это голос профессионального актёра.

Речь его достаточно эмоциональна, все звонкие, сонорные звуки он произносит протяжно и заставляет их буквально «взрываться» на своём языке. Актёрское мастерство и талант позволяли ему очень умело и качественно управлять своим голосом.

В стихотворении **«У неё всё своё»** мы можем наблюдать своеобразие той лексики, которой обладал Владимир Высоцкий. В нём мы можем найти и просторечия, и аббревиатуру, и ненормативную лексику, и терминологию из разных областей, таких, как политика, спорт, экономика, авто. При всём при этом мы можем проследить ту романтическую нотку, которая заложена в данном тексте. Высоцкий умел сочетать всё и ничего в одном.

У неё всё своё – и бельё, и жильё,  
Ну, а я ангажирую угол у тёти.  
Для неё – всё свободное время моё,  
На неё я гляжу из окна, что напротив.  
У неё каждый вечер не гаснет окно,  
И вчера мне лифтёр рассказал за полбанки:  
У неё два знакомых артиста кино  
И один популярный артист из «Таганки».  
И пока у меня в ихнем ЖЭКе рука,  
Про неё я узнал очень много нюансов:  
У неё старший брат – футболист «Спартака»,  
А отец – референт в Министерстве финансов.  
Я скажу, что всегда на футболы хожу,  
На «Спартак», – и слова восхищенья о брате.  
Я скажу, что с министром финансов дружу  
И что сам как любитель играю во МХАТе.  
У неё, у неё на окошке – герань,  
У неё, у неё – занавески в разводах... [6].

Высоцкий был известен своим упорством и стойкостью перед трудностями, но в то же время он был склонен к саморазрушительным действиям. Его вредные привычки, такие как употребление алкоголя и никотина, становились неотъемлемой частью его образа. Он сам знал о вреде этих привычек, но не мог или не хотел от них избавиться.

Эти вредные привычки стали как бы тенью над его талантом и успехом. Они могли помешать ему в работе, отнять энергию и вдохновение. Но, несмотря на это, Высоцкий продолжал творить и выступать, порой преодолевая собственные слабости ради своего искусства.

Таким образом, Владимир Высоцкий был не только талантливым артистом, но и сложной личностью с внутренними противоречиями.

### **Библиографический список**

1. Лысакова И. П. Социолингвистический анализ прессы: история, методика, актуальность // Медиалингвистика. – 2014. – №. 2 (5). – С. 16–26.

2. Высоцкий Владимир [Электронный ресурс] // История.РФ. – URL: <https://histrf.ru/read/biographies/vladimir-semenovich-vysockiy>.
3. Владимир Высоцкий. Мне скулы от досады сводит... [Электронный ресурс] // Культура.РФ. – URL: <https://www.culture.ru/poems/19684/mne-skuly-ot-dosady-svodit>.
4. Владимир Высоцкий. Ой, где был я вчера [Электронный ресурс] // Культура.РФ. – URL: <https://www.culture.ru/poems/19732/oi-gde-byl-ya-vchera>.
5. Горенюк С. Искусство и творчество Владимира Высоцкого [Электронный ресурс] // Стихи.ру. – URL: <https://stih.ru/2023/08/07/3691>.
6. Владимир Высоцкий. «У неё всё своё» [Электронный ресурс] // Культура.РФ. – URL: <https://www.culture.ru/poems/18884/u-neyo-vsyo-svoyo>.

## Философско-эстетическая проблематика в романе В. Ф. Одоевского «Русские ночи»

**Е. А. Валковская**

Омская гуманитарная академия  
Научный руководитель — канд. филол. наук,  
доцент К. А. Ожерельев

Одно из самых известных произведений В. Ф. Одоевского – «роман в повестях» «Русские ночи» (1844) – по праву признается одним из итоговых текстов отечественного романтизма, в котором органично переплелись мотивы и образы мировой и русской культуры вместе с многогранной общефилософской проблематикой. Предметом нашего рассмотрения станет одна из наиболее «философичных» повестей-глав данного романа, т. н. «Третья ночь» («Opere del Cavaliere Giambattista Piranesi»). В ней поднимаются «предельные» эстетические вопросы: о роли Художника-творца, сущности искусства, его исторической судьбы и т. д. Если свести тематический план анализируемой повести к афористичной формуле, то можно заявить, что перед нами развернута история об «истинном творце», настолько гениальном, что его ярчайший талант приобретает со временем черты сумасшествия.

В самом начале повествования нас знакомят с одним очень интересным субъектом, который является библиографом. Читателю сразу открывается главная страсть этого человека – книги во всех их проявлениях. Начиная от великолепных образцов классической литературы с прекрасным идейным наполнением и заканчивая дефектными экземплярами, которые имеют достаточно ограниченный тираж. Все подобные вещи являются для обывателя не более чем скучными «вещицами», но для истинного библиофила – это главный объект любви и вдохновения. Однако мысль о главной страсти человеческих интересов является лишь фоном, декоративной панорамой, служащей для более значительной экспликации двух основных микросюжетов данной части – мифа о Вечном Жиде (Агасфере) [1] и судьбе Художника-творца.

Тема Творца в «Третьей ночи» представлена по всем канонам русской философской прозы, согласно которым «идеи <...>, как правило, предшествуют творческому акту и стимулируют его»

[2, с. 43]. В тексте последовательно раскрывается страстная и неутолимая тяга Художника к искусству, ориентированного, прежде всего, на содержательные аспекты Прекрасного. Изображается желание (или, что более точно, потребность) Творца воплотить в жизнь все свои сюжеты, порой чудаковатые, в чем-то неказистые и даже фантаσμαгоричные: «“Прекрасно!” – подумал я, взял один том, развернул его; но бывшие в нем проекты колоссальных зданий, из которых для построения каждого надобно бы миллионы людей, миллионы червонцев и столетия, – эти иссеченные скалы, взнесенные на вершины гор, эти реки, обращенные в фонтаны, – все это так привлекло меня, что я на минуту забыл о моем чуде. Более всего поразил меня один том, почти с начала до конца наполненный изображениями темниц разного рода; бесконечные своды, бездонные пещеры, замки, цепи, поросшие травой стены – и, для украшения, всевозможные казни и пытки, которые когда-либо изобретало преступное воображение человека...» [3, с. 53–54].

Для успешной реализации данной идеи автор романа прибегает к личности художника-архитектора. Направление и вид искусства выбраны неслучайно. Архитектура всегда была «материальным» отражением философии той или иной эпохи. Она неуклонно запечатлевала мысли и чувства, которые беспокоили и терзали людей; при этом архитектура находилась в непосредственной близости к ним, т. е. ежедневно «сопровождала» человеческий род. Выходя на улицу, человек неизбежно погружался в ансамблевый мир сооружений, являющихся эстетическим средоточием накопленной в искусстве истории человеческого духа. У любого произведения архитектуры есть свой уникальный характер, который был дан ему художником для того, чтобы отражать те или иные сокровенные чувства. Масштабность таких творений позволяет приковывать к себе взгляд огромного количества людей и передавать ту или иную заветную художественную мысль. В этом и заключается специфика культурного взаимодействия («диалога») архитектуры и человека.

В. Ф. Одоевский в «Третьей ночи» своего романа искусно связал «Миф об Агасфере» с историей великого итальянского археолога и архитектора XVIII в. Джованни Баттиста Пиранези (1720–1778). Данный архитектор-новатор известен своими поистине восхитительными гравюрами, завораживающими при одном лишь взгляде на них. Его работы будто находятся на стыке реального и

ирреального. А поражающая глаз детализация заставляет буквально тонуть в каждом элементе витиеватых пилястр и орнаментов растительного мира. Цивилизация, изображенная в работах Пиранези, словно бы одномоментно достигает своего расцвета и в то же время теряется в апокалиптическом небытии. Вдохновившись работами итальянского мастера, русский романтик смог создать насыщенный и экспрессивный художественный образ Творца, который хоть и приобрел часть вымысла, но по-прежнему остался живым воплощением творческой муки, напряжения и отчаяния.

Если углубиться в рассмотрение личности реально существовавшего художника, то можно узнать одну особенную деталь, которая виртуозно обыгрывается в главе-повести и несет важную смысловую нагрузку. Пиранези часто называют «архитектором на бумаге». Данное выражение возникло лишь потому, что за всю свою жизнь он нарисовал около восьми сотен гравюр, а отстроил всего одно здание. Это печальный итог жизни для художника-архитектора, ведь его работа буквально создана для того, чтобы существовать в осязаемом виде. А в итоге мы можем наблюдать лишь то, что весь его труд существует в нереализованном мире, как некий фантом на листе чертежной бумаги. Это настоящая боль для истинного творца – не суметь воплотить то, что он искренне любил, но не довел дело до конца.

Причина, по которой столь изощренным проектам не суждено было украшать городские улицы, кроется в том, что со стороны логичности архитектурного сооружения данные работы реализовать в реальной жизни было достаточно трудно. Начиная с того, что здания уже в своей рельефной основе были колоссальны как исполины, в соотношении с человеком, и заканчивая тем, что они очень сложны в исходной своей структуре. Вышеописанное относится именно к той категории искусства, которое является воплощением «абсолютного идеала», вершиной гениальности замысла, не находящей своего места в этом мире. Такие идеи слишком «безумны» и «гениальны» одновременно. Ирреальность работ Пиранези – это, с одной стороны, их «боль» и, с другой стороны, главная «изюминка». Если еще обратить внимание на то, что в «прагматическом» слое архитектуры сокрыта «полезность» (ведь в сущности все сооружения проектируются для того, чтобы им существовать в реальности, а не на бумаге), то становится понятной подобная трагедия несоответствия и несвоевременности.

Поскольку искусство перестает нести в себе созидательную роль, доставляя лишь боль своему творцу и загоняя его в мир, где он без устали разрушает самого себя, то творчество превращается в бесконечную пытку для Пиранези-мастера. Одоевский великолепно почувствовал схожее настроение, и для того, чтобы еще больше подчеркнуть детали контрастности искусства как высшего плода человеческой истории, романтик наделил своего художественного персонажа бессмертием, подобно Вечному Жиду. Более того, герой до конца не осознает, в чем причина того, что он не может реализовать свои идеи (ему поначалу кажется, что виной всему банальное отсутствие денег). Писатель будто намеренно усугубляет ситуацию, чтобы довести отчаяние художника до высшей точки. Впредь последний обречен вечно смотреть на свои работы и понимать, как далеки они от реальности, и сожалеть, что эскизы навсегда останутся лишь на листе бумаги и в его голове. Налицо ситуация, которая ставит в тупик и отравляет человека с каждым годом все больше и больше. С учетом того, что в тексте существует некое «условие» для прекращения извечных страданий – обязательная реализация художником всех своих работ, в структуре произведения возникает замкнутый сюжетный круг, который никогда не разомкнется.

Таким образом, в одной из частей своего итогового «романа в повестях» В. Ф. Одоевский смог наглядно показать парадоксальную философско-эстетическую дилемму – инверсивный характер любого вида искусства, которое должно жить и порождать новое, но в итоге само разрушает своего создателя.

### **Библиографический список**

1. Аверинцев С. С. Агасфер / С. С. Аверинцев // Мифы народов мира : в 2 т. – Т. 1. – Москва : Советская энциклопедия, 1980. – С. 27–28.
  2. Еремеев А. Э. Русская философская проза (1820–1830-е гг.) / А. Э. Еремеев. – Томск : Изд-во Томского ун-та, 1989. – 188 с.
- Одоевский В. Ф. Opere del Cavaliere Giambattista Piranesi // В. Ф. Одоевский. Повести. – Москва : Правда, 1987. – С. 49–59.

## **Анализ диалектной лексики в произведениях В. М. Шукшина**

**А. А. Царькова**

Омская гуманитарная академия

*Научный руководитель — канд. филол. наук, доцент О. В. Попова*

Творчество Василия Шукшина неразрывно связано с его жизнью и с жизнью соотечественников. В своих произведениях он мастерски умел писать эту жизнь такой, какая она есть: трудная, непредсказуемая, интересная, насыщенная и – самое главное – не лишённая смысла.

В произведениях В. М. Шукшина диалектная лексика занимает важное место и выполняет определенные стилистические функции. Писатель смело исследовал и расширил возможности использования народной диалектной лексики в художественной литературе, что придало его произведениям особую колоритность и аутентичность.

Шукшин великолепно владел языком и мастерски внедрял диалектизмы, которые стали неотъемлемой частью его художественного стиля. Большинство использованных им диалектизмов были заимствованы из живых народных говоров, что придавало его произведениям особую правдивость и естественность.

Диалектная лексика в произведениях Шукшина не только отражала особенности речи русского народа, но и передавала настроение, эмоции, характер героев. Это позволяло читателям ближе понять мир, о котором писал писатель, и почувствовать атмосферу его произведений.

Основным источником языкового творчества В. М. Шукшина является речь алтайской деревни, а говор его родного села Сrostки нашел реализацию во многих произведениях автора. Именно диалектная лексика маркирует так называемую «деревенскую прозу», позволяя ярко изобразить жизнь сельских жителей, особенности их быта, мировидения [1].

Природные задатки писательского таланта, соединенные с богатым профессиональным опытом, позволили ему ярко раскрыться на литературном поприще, где он нашёл любовь и признательность читателей.

Познакомившись хотя бы с несколькими произведениями Шукшина, уже можно отметить индивидуальный, запоминающийся язык писателя.

Шукшин не стесняется использовать жаргонизмы, его герои умеют и любят ругаться: *сдурела, офонарел, черт, оглоед* и т. д. Тексты пестрят просторечиями, нецензурными выражениями, но от этого рассказанные им истории становятся живыми и максимально реалистичными. Например,

— *Ты что, взбесился?— Это ты у меня взбесишься! Счас ты у меня взбесишься, счас... Я те поговорю, подворотня чёртова!* [2].

Зачастую герои Шукшина – это те люди, чья жизнь связана трудом, он знает, как и чем они живут: их сокровенные желания и слабости, как тяжело им достаются деньги, справедливость. Конечно же, это связано и с условиями, в которых жил сам Василий Шукшин. Он родился в крестьянской семье и детство провёл в селе. Физический труд был неотъемлемой частью его жизни, поэтому он знал все трудности и заботы простого работяги. Первый сборник Шукшина так и назывался **«Сельские жители»**. Шукшин любил природу родного Алтайского края, его произведения наполнены теплотой к своей любимой земле.

Шукшин активно использует диалектизмы. Рассказы и романы прекрасно иллюстрируют знание алтайским писателем языкового своеобразия, сопровождающего бытование крестьянской культуры. Не секрет, что речь героев Шукшина «списана» с разговорно-обиходного языка его земляков-сростинцев.

**«БЕЛКОВАТЬ»**. Охотиться на белок.

*Белковал, а случилось, медведя-шатуна укладывал* («Охота жить»);

**«ВАРНАК»**. Преступник, злодей.

– *Сукин ты сын, варнак окаянный, – вслух негромко ругался он* («Охота жить»);

**«ЗАПОЛОШНИЧАТЬ»**. Шуметь, суетиться.

*Я забыл сейчас, как она выглядела... Ни с кем не ругалась, не заполошничала по деревне* («Горе»);

**«КАЗЁННИК»**. Задняя часть огнестрельного оружия.

*Ружьё не сымай, а достань сзади руками, переломи и выкинь из казённого патроны. И из кармана всё выбрось* («Охота жить»);

«**КЕРЖАК**». Старообрядец, раскольник.

– Ты верующий, что ли? **Кержак**, наверно?

– **Кержак!**.. Стал бы кержак с тобой водку пить («Охота жить»);

«**КУРЖАК**». Иней.

На стенах, в пазах, **куржак** в ладонь толщиной, промозглый запах застоялого дыма («Охота жить»)

«**ЛИСТОВУХА**». Листовой табак, махорка.

– У меня **листовуха**.

– Чёрт с ней («Охота жить»);

«**ЛОГОВИНА**». Широкий и длинный овраг с пологими склонами.

Выехали на просеку, спустились в открытую **логовину**, стали подыматься в гору («Волки»);

«**ЛОНИСЬ**». В прошлом году.

Я вон **лонись** нашёл одного – вытаял весной. Тоже с бородкой. В одеяло завернулся – и всё, и окочурился («Охота жить»);[3].

Наблюдая за разнообразными людьми, В. М. Шукшин не только усматривал их индивидуальные особенности, но и обнаруживал в них народный характер, который становился источником его творчества. Писатель глубоко понимал человеческую душу и черпал вдохновение из ее многогранных проявлений, что сделало его поистине народным писателем.

Речь Шукшина отличается особым спокойствием и вдумчивостью, которые пронизывают каждое его слово. В разговоре он проявляет серьезность и сосредоточенность, уделяя внимание каждой высказываемой мысли. Паузы, акценты, вводные слова и конструкции – все это служит инструментом для точного и глубокого выражения своих мыслей, неспешно раскрывая суть обсуждаемых тем: *значит, в общем, отнюдь, стало быть*.

Использует просторечия, например, *када* вместо *когда*, *помохло* вместо *помогло*. Здесь же можно отметить оканье. Речь Шукшина окрашена различными эпитетами: страшное время, смертельная опасность, железный характер, глубокий ум. Обращается к авторитетам, известным именам: *Мы получили наказ Шолохова, он сказал мудрые слова – «Держитесь истины»*. *Степан Разин – яркий, неповторимо яркий, сильный вольный, могучий заступник крестьянства*.

Если обратиться к произведениям Шукшина, то можно заметить, что его герои, а именно мужчины, не только не менее разговорчивы, чем женщины, – они занимают лидирующую позицию во время коммуникации. Их волнуют непростые вопросы бытия, они прислушиваются к голосу своего сознания и совести.

Таким образом, диалектная лексика в творчестве В. М. Шукшина играла важную роль, придавая его произведениям уникальный колорит и помогая передать аутентичность народного быта и речи. Шукшин смело использовал народные говоры, обогащая свой язык и делая его произведения ближе к сердцу читателей.

### **Библиографический список**

1. Волошкина О. Л. Диалектная лексика в рассказах В. М. Шукшина / О. Л. Волошкина // Молодой ученый. – 2019. – № 48 (286). – С. 485–487. – URL: <https://moluch.ru/archive/286/64599>.
2. Шукшин В. М. Обида [Электронный ресурс]. – URL: <https://vilavi.antonov.space/raz/shukshin/obida/obida.html>.
3. Диалектизмы в рассказах В. М. Шукшина [Электронный ресурс]. – URL: <https://altlib.ru/personalii/shukshin-vasiliy-makarovich-1929-1974/dialektizmyi-v-rasskazah-v-m-shukshina>.

# Жанровая палитра современного радио

**А. Грачева**

Омская гуманитарная академия  
*Научный руководитель — д-р полит. наук,  
профессор В. А. Евдокимов*

Жанровая палитра отечественного радио разнообразна. Особенности программ радиостанций, их тематика, формат зависят от интересов и потребностей целевой аудитории, современных тенденций развития системы жанров. Цель автора – охарактеризовать систему жанров радиожурналистики.

В палитре жанров радио – информационные, аналитические, художественно-публицистические. К информационному блоку относятся сюжет, сообщение, отчет, интервью, репортаж. Передачи отражают главную черту радио – оперативность предоставления информации о значимых сферах жизни.

К аналитическим жанрам относятся корреспонденция, рецензия, комментарий, обозрение, дискуссия, расследование. Ценность материалов аналитических жанров заключается в том, что они побуждают слушателей к размышлениям. Функция этих жанров – анализ событий и их интерпретация. Материал получается качественным, если его автор глубоко рассматривает актуальную тему, устанавливает причинно-следственные связи событий, представляет различные мнения, предлагает пути решения проблемы.

К художественно-публицистическим жанрам относятся очерк, зарисовка, фельетон, памфлет. Эти жанры способствуют развитию воображения слушателей, тесно связаны с литературой. Их функция – описать, охарактеризовать событие или человека в тесной связи радиожурналистики и художественных образов и приемов.

Какой бы жанр ни был выбран журналистом, композиция его сообщения немаловажна для слушателей, она структурирует материал, формирует отношение потребителей к работе автора. Структура радиосообщения, проявляющаяся в содержании, стилистических и художественных приемах, определяет связь компонентов журналистского произведения. Динамика совершенствования его компонентов способствует трансформации жанров журналистики. Радиожурналист раскрепощен в творческих поисках, может скла-

дывать свой материал, как мозаику, и для раскрытия темы использовать элементы разных жанров, дабы творческая палитра постоянно обогащалась, а население получало качественную информацию. У журналистов формируются умения и навыки, необходимые для квалифицированного выбора жанров, приемлемых для раскрытия определенной тематики.

Таким образом, сформирована открытая система жанров радиожурналистики. Каждому жанру свойственна специфика отражения времени и пространства в зависимости от значимости события, объема произведения. Многие передачи отражают конвергенцию жанров, их тесные взаимосвязи и взаимопроникновение. Творческие возможности радиожурналиста широки: для обеспечения полного, разностороннего информирования слушателей новость может быть дополнена сюжетом, комментарием, интервью с экспертом в области рассматриваемой проблемы.

### **Библиографический список**

1. Евдокимов В. А. Имитация деятельности как отражение «массовизации» медиасферы // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2014. – № 2. – С. 219–225.
2. Мурзина О. В., Карпов Э. С. Радиожурналистика. – Москва : РГУ им. А. Н. Косыгина, 2019. – 119 с.

## Публицистика на страницах газеты «Горьковский вестник»

**Д. Додух**

Омская гуманитарная академия  
Научный руководитель — д-р полит. наук,  
профессор В. А. Евдокимов

Содержательный анализ публикаций районной газеты «Горьковский вестник» свидетельствует о том, что в ней преобладают материалы аналитического, критического, пропагандистского характера, политическая реклама; минимально представлены новости. Цель автора – изучить публицистические материалы печатного издания.

Анализ публикаций показывает, что обобщённый адресат их – человек достаточно молодой, имеющий низкий социальный и образовательный статус, причём пассивный, не стремящийся к самообразованию и самовоспитанию, индивидуалист как психологический и социальный тип. Круг авторов соответствует особенностям аудитории: увеличивается доля непрофессионалов и людей молодых, не обладающих богатым жизненным опытом.

В тематической модели газеты первоочередными являются публикации, связанные с повседневной жизнью района: функционированием предприятий жилищно-коммунального хозяйства, строительства. Актуальной темой также является ремонт муниципального жилья, автомобильных дорог. Недостаточно внимания уделяется социальному обеспечению, сфере занятости, производственным проблемам, которые особенно волнуют сельчан.

Изучая особенности публицистических материалов, автор пришел к выводу, что преобладают материалы аналитического (52 %), критического (12 %), пропагандистского характера (11 %), политическая реклама (9%); минимально представлены новости (5 %). Информация о деятельности органов местного самоуправления размещается под рубриками «С оперативки в районной администрации», «В районной администрации». Она дополняется сообщениями пресс-службы Правительства Омской области о деятельности губернатора, региональных органов власти. Безусловно, важно информирование сельской аудитории о деятельности орга-

нов государственного и муниципального управления, однако зачастую оно имеет односторонний характер. Элементы диалога органов власти и населения, публичного обсуждения общественно значимых проблем, несмотря на наличие почти в каждом номере рубрики «Диалог с властью», встречаются редко.

Большое внимание районная газета уделяет «служителям» культуры – библиотекарям, краеведам, народным умельцам, художникам. Как правило, информация о таких людях выходит в жанре зарисовки. Портрет человека складывается из рассказа об интересных событиях его жизни, пример – публикация о резчике из бересты «Береста – неизученная наука».

В зарисовке естественны элементы интервью, репортажа. Происходит диффузия жанров. Так, при создании репортажа журналисты зачастую прибегают к включению в него элементов интервью, а в корреспонденциях и статьях имеются элементы отчёта и комментария.

Необходимо отметить, что редакция не всегда внимательно относится к подбору фотографий. Публикуются бессодержательные снимки, носящие статичный характер (человек на рабочем месте, с ручкой в руке и характерным поворотом головы, позирует фотографу). Содержание виртуальных информационных страниц районной газеты статично и внешне непривлекательно. На сайте газеты нерегулярно обновляется информация.

### **Библиографический список**

1. Тепляшина А. Н., Мельник Г. С. Актуальные проблемы современности и журналистика. – Москва : Флинта, 2020. – 242 с.
2. Юферева А. С. Конвергентная журналистика: теория и практика. – Москва : Флинта, 2021. – 104 с.

## Репортаж на региональном телеканале «Кострома»

**А. Ермакова**

Омская гуманитарная академия  
Научный руководитель — д-р полит. наук,  
профессор В. А. Евдокимов

Жанр репортажа привлекателен для журналистов российских общенациональных и региональных телеканалов, он дает возможность оперативно, ярко рассказать зрителям о наиболее значимых событиях. Тематика репортажей региональных каналов специфична. Особенности тематики произведений этого жанра можно выявить на примере универсального регионального телеканала «Кострома». Цель автора – рассмотреть тематику репортажей, вышедших на телеканале «Кострома» в эфир во второй половине 2023 года.

Удельный вес репортажей в группе информационных жанров, используемых костромскими тележурналистами, высок. Каждый информационный выпуск включает в среднем восемь сюжетов. Семь из них – репортажи, каждый из них длится от двух до пяти минут. Можно выделить основные темы репортажей: деятельность органов управления; жизнь молодежи, образование, медицина, положение на рынке труда; жилищно-коммунальное хозяйство и благоустройство; изменения цен, распределение средств регионального бюджета; спорт; фестивали, праздники, выставки; патриотическое воспитание молодежи; обеспечение безопасности граждан. На первом месте – освещение событий, происходящих в сфере экономики, прежде всего, в соответствии со спецификой региона – в лесном хозяйстве, аграрной отрасли, промышленности. Таковы компоненты концепции содержания материалов телеканала. Внимание, уделяемое журналистами экономической сфере, тем более важно, что не изжит стереотип, согласно которому аудитории масс-медиа будто бы не интересны программы данной тематики.

Чтобы сохранить интерес аудитории, телеканал учитывает пожелания зрителей, реагирует на обращения, поступившие в редакцию. Журналисты подготавливают репортажи, в которых рассказывают о том, что волнует жителей региона, предлагают способы решения социально-экономических проблем.

Несколько тем одновременно затрагивают репортажи о деятельности администрации региона. С одной стороны, освещается работа органов управления, с другой стороны, может быть раскрыта тема или благоустройства населенных пунктов, или экономики, или культуры – все зависит от того, какой объект привлеч внимание руководства региона. К примеру, в одном из репортажей в диалоге с молодыми учителями рассмотрены проблемы сферы образования. Так репортаж наряду с другими жанрами журналистики позволяет телеканалу отразить многообразие общественных явлений, удовлетворить потребность аудитории в надежной оперативной информации. Информирование аудитории о событиях может быть тем полнее, чем чаще тележурналисты будут избегать диспропорции в освещении различных сфер жизни региона.

### **Библиографический список**

1. Евдокимов В. А. Трансформация систем новостей на региональных российских телеканалах // Вопросы теории и практики журналистики. – 2019. – Том 8, № 3. – С. 535–554.

## Новостной контент казахстанского телеканала Qyzyljar

**А. Ермекова**

Омская гуманитарная академия  
*Научный руководитель — д-р полит. наук,  
профессор В. А. Евдокимов*

Наиболее популярными на региональном телеканале Qyzyljar (Северо-Казахстанская область) являются новости. В программе освещаются социально-политические процессы, происходящие не только в регионе, но и стране в целом. Новости страны определяют сетку вещания региональной телекомпании. Цель автора – рассмотреть структуру информационного вещания телеканала.

В каждом из информационных выпусков можно выделить четыре основных блока. Первый блок – самые важные новости, ориентированные на массовую аудиторию, связанные с политикой, острыми социальными проблемами, межнациональными конфликтами. В центре каждого сюжета – событийный повод, обеспечивается высокая степень оперативности.

Второй блок представлен новостями, которые менее интересны широкой аудитории. Это может быть не только репортаж, но и портретный материал или произведение, фиксирующее возвращение к теме, о которой говорилось ранее. Сюжеты второго блока не так оперативны, как материалы в первом блоке.

Третий блок новостей охватывает прогноз погоды и сообщения о спортивных соревнованиях. Эти темы привлекательны для телезрителей и раскрываются обычно в конце выпуска, чтобы тем самым удержать телезрителя у экрана. Подается также информация о курсах обмена валют и иные данные о финансовых рынках.

Четвертый блок не является обязательным, в некоторых выпусках он может отсутствовать. Новости такого плана играют роль своеобразного послесловия. В качестве таковых могут выступать сюжеты о чем-нибудь добром, вызывающем положительные эмоции у большинства зрителей, например, о том, как люди спасли котенка или щенка, попавшего в беду, или история о рождении ребенка в большой дружной семье, или рассказ о том, как в ботаническом саду зацвело уникальное растение. Словом, это должны быть

новости, позволяющие смягчить информационную картину дня, которая сложилась в целом.

Принципы и методы верстки информационной программы повторяют способы верстки сетки передач на целый день. Первый принцип заключается в том, что информационный выпуск должен быть тематически разнообразным. Второй принцип предусматривает и разнообразие форм подачи материалов и их жанров. Первый блок материалов обычно представлен репортажами, интервью, второй блок включает зарисовки. Материалы третьего блока выходят в форме отчетов, комментариев. В четвертом блоке подача произведений сопровождается обязательным видеорядом.

В конце недели выходит итоговый выпуск новостей, аккумулирующий сообщения о событиях, происшедших в течение последних семи дней. Каждый выпуск отражает информационную картину недели и состоит из 9-10 сюжетов, посвященных социальной, экономической, политической, культурной, спортивной сфере.

Таким образом, предназначение региональной студии – оперативно, объективно и полно освещать наиболее значимые события, происходящие в области и стране с целью не разобщения, а консолидации общества. Наибольший интерес аудитории к теленовостям наблюдается в периоды острых событий, обострения социальных проблем.

### **Библиографический список**

1. Барлыбаева С. Х. Телевизионная журналистика. – Алматы : Казахский национ. ун-т им. Аль-Фараби, 2019. – 195 с.
2. Ворошилов В. В. Теория и практика массовой информации. – Москва : Кнорус, 2018. – 470 с.
3. Евдокимов В. А. Трансформация систем новостей на региональных российских телеканалах // Вопросы теории и практики журналистики. – 2019. – Том 8, № 3. – С. 535–554.

## Содержание материалов региональных сетевых изданий

**А. Кочмарчик**

Омская гуманитарная академия  
*Научный руководитель — д-р полит. наук,  
профессор В. А. Евдокимов*

Интернет-издания приобретают все большую популярность, успешно конкурируют с другими массмедиа. Какие действия онлайн-медиа успешны, что важное они упускают из виду, каковы перспективы? Цель автора – рассмотреть материалы сайтов Город55.ru и Ngs55.ru, опубликованные в мае 2021 года.

Сетевое издание Город55.ru зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, учредителем является ООО «Премьер-МедиаИнвест». Анализируя статистику посещений сайта, можно отметить, что самыми активными пользователями являются люди в возрасте от 30 до 45 лет, сайт привлекателен примерно в равной степени для мужчин и женщин. Портал предоставляет читателям актуальные новости о разных сферах жизни, а также удобные сервисы. Тематика материалов универсальна: можно найти новости не только о жизни Омской области, но и о мировых событиях. На сайте имеются разделы «Политика» и «Общество», «Экономика» и «Спорт», «Технологии» и «Наука». В качестве источников информации Город55.ru использует материалы электронных версий газет и журналов, информационных агентств, а также социальных сетей. На сайте имеется возможность комментировать новости.

Сайт Ngs55 также зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, учредителем является ООО «Интернет-технологии». Тематика материалов также универсальна: на сайте можно найти новости на любые темы. Рубрики отличаются от тех, которые предпочитает Город55: имеются такие разделы, как «Авто», «Недвижимость», «Работа», «Знакомства», «Афиша». Как и на сайте Город55.ru, отбором новостей занимаются профессиональные редакторы. Об этом говорит тот факт, что каждая новость сопровождается картинкой.

В интернет-изданиях сочетаются текст, фото-, видео- и аудиоматериалы. Сайты группируют контент в сюжеты, часто реализуют спецпроекты (мультимедийное наполнение + архив + интерактивность). Интернет-издания осваивают мультимедийные инструменты, используют такие способы взаимодействия с пользователями, как блоги журналистов и тексты, созданные читателями. Но на сайтах отсутствуют инфографика, подкасты, такие графические инструменты, как гиф-анимация, коубы; не используются внешние ссылки, данные опросов.

Каковы перспективы? Нелишними были бы маркетинговые исследования. Они помогут онлайн-порталам выявить предпочтения читателей и отследить реакцию на ту или иную публикацию. Перспективным было бы внедрение современных методов подачи новостей, отслеживание мирового опыта, накопленного онлайн-журналистикой. Стоит не слепо копировать его, а оценить необходимость введения в практику методов подачи новостей, например, финишинга. Привлекательным было бы отражение различных мнений.

### **Библиографический список**

1. Евдокимов В. А. Контент-стратегии массмедиа в социальных сетях // Вестник Воронеж. ун-та. Серия «Филология. Журналистика». –2023. –№ 2. – С. 109–113.

## Структура выпусков теленовостей «31 канала»

**Т. Нуржума**

Омская гуманитарная академия  
*Научный руководитель — д-р полит. наук,  
профессор В. А. Евдокимов*

Программы казахстанского развлекательного «31 канала» влияют на формирование мировоззрения граждан страны, их представлений об актуальных событиях и о социальных процессах. Телекомпания основана в 1992 году и благодаря регулярному распространению выпусков новостей устойчиво удерживает позицию в числе пяти наиболее популярных в стране. Цель автора – проанализировать структуру выпусков новостей «31 канала».

Несмотря на развлекательный характер большинства программ, «31 канал» ежедневно предлагает аудитории выпуски новостей «Информбюро», сообщения о ключевых событиях, позволяя зрителям сформировать мнения о том, что произошло. Телекомпания ищет оригинальные формы подачи информации. Используется принцип блочной верстки, как правило, либо по тематическому, либо по территориальному признаку: телеканал предлагает аудитории сюжеты о политике и об экономике, о науке и культуре, спорте. Распространяются также сообщения о событиях, происшедших в регионах, стране, за рубежом. Аудитории предложены новостные видеосюжеты, передачи, транслируемые в социальных сетях, а также аналитические отчеты и углубленные расследования. Ведущие выпусков новостей, как правило, сосредоточивают внимание на освещении политических конфликтов, преступлений, событий негативного характера.

Для каждой истории тележурналисты подбирают подходящий формат и платформу. Среди инструментов программирования информационного вещания – графическое оформление заставок, отбивок, внутреннего программного экранного пространства. Немало возможностей открывают мультиэкран, спецэффекты. Ценно внедрение инноваций в повествование и подачу новостей, подкрепленных интерактивными инструментами и качественными изображениями. Выпуски новостей включают элементы искусственного интеллекта, виртуальной реальности, иммерсивной журналистики и 360-градусного видео.

Использование технологических достижений – не единственный способ обновить выпуски новостей, привлечь внимание большего количества зрителей. Последовательность расположения информационных материалов – эффективный инструмент воздействия на аудиторию при, казалось бы, беспристрастности изложения фактов.

Оформление студии, ее дизайн в значительной мере определяют стиль работы новостной службы. Стилистика программы зависит и от облика ведущих, и от соблюдения единых принципов съемки stand-up, и от световой и цветовой гаммы, и от шрифта субтитров. Все это – поле деятельности дизайнерских фирм, но определяется не эстетическими резонами, а особенностями информационной политики телеканала, той сверхзадачей, которую ставит служба новостей.

Каковы перспективы? Видимо, телекомпаниям стоит обновить инструменты верстки информационной программы – блок, рубрику, серию. Интересны для аудитории, по всей вероятности, яркие графики и оформление студии. Содержание новостей может быть сопряжено не только с показом событий негативного характера, но и с попытками журналистов установить причинно-следственные связи событий, помочь зрителям в осмыслении противоречивости жизненных явлений.

### **Библиографический список**

1. Евдокимов В. А. Трансформация систем новостей на региональных российских телеканалах // Вопросы теории и практики журналистики. – 2019. – Том 8, № 3. – С. 535–554.
2. Муратов С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения / С. А. Муратов. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2024. – 240 с.

## Содержание публикаций журнала «Оренбургская сударыня»

**О. Плинокос**

Омская гуманитарная академия  
Научный руководитель — д-р полит. наук,  
профессор В. А. Евдокимов

Региональные журналы для женщин ориентированы на постоянный круг читателей, раскрывают темы, волнующие аудиторию: роль женщины в семье, возможности охраны здоровья матерей и детей, социальный статус женщины в трудовом коллективе. Представляет интерес изучение содержания материалов печатных изданий, действующих на информационном рынке в течение длительного времени. Цель автора – проанализировать содержание произведений, опубликованных региональным журналом для женщин «Оренбургская сударыня».

Журнал начал деятельность в 1995 году, средний тираж равняется 25 000 экземплярам. Периодичность выпуска – еженедельная. Судя по содержанию публикаций, читают журнал в основном замужние женщины, которым более 30 лет. Журнал распространяется на территории Оренбургской области. Читатели не найдут на страницах печатного издания стандартный набор публикаций, характерный для международных журналов для женщин, – о моде, об отношениях с мужчинами и о светских вечеринках.

Редакция рассчитывает, по всей видимости, удовлетворить разнообразные интересы и потребности читателей. Темы публикаций связаны с жизнью конкретного региона, журнал сообщает новости и рассматривает насущные проблемы, рассказывает об интересных людях, раскрывает хитрости ведения домашнего хозяйства и экономии средств семейного бюджета. К примеру, журналисты высказывают мнения о различных злободневных темах в материалах под рубрикой «Женский взгляд». Концепция содержания публикаций учитывает и возможность удовлетворения духовных интересов аудитории: в журнале можно найти литературные страницы. Позаботилась редакция и о досуге читателей: публикуются кроссворды, анекдоты.

В целом преобладают информационные произведения, незначительно количество аналитических и художественно-публицистических материалов. Интонация общения с читателями лишена назидательности, основана на эмоциональной, доверительной подаче материала, как будто журналист ведет разговор с подругой за чашкой кофе.

В журнале много публикаций о профессиях, успешно освоенных женщинами. Если героиня страниц международных журналов – деловая женщина, то героиня материалов регионального журнала – учитель, врач, бухгалтер. Большая часть публикаций посвящена не описанию дорогих нарядов и светским сплетням, а бытовым заботам женщин и семейным ценностям.

Перспектива журнала может быть связана с исследованием редакцией особенностей трансформации интересов и потребностей читателей, расширением круга освещаемых тем, актуальных для женщин. Особенно ценным, вероятно, стало бы обстоятельное изучение журналистами процессов, происходящих на рынке труда, возможностей устройства женщин в малых населенных пунктах. Интересными могут быть и очерки, зарисовки о ярких личностях, проявляющих себя в различных сферах жизни.

### **Библиографический список**

1. Евдокимов В. А. Конвергенция и разнообразие в медиасфере // Вестник Воронеж. ун-та. Серия «Филология. Журналистика». – 2011. – № 2. – С. 172–176.
2. Коммуникация в глобальном пространстве / В. А. Евдокимов, О. К. Мжельская, О. В. Попова. – Омск : Изд-во ОмГА, 2017. – 220 с.

## Специфика текстов регионального интернет-издания

**О. Плинокос**

Омская гуманитарная академия  
*Научный руководитель — д-р полит. наук,  
профессор В. А. Евдокимов*

Региональные интернет-издания предъявляют особые требования к процессу создания медиатекстов. Эти материалы не вписываются в традиционные представления о газетном публицистическом произведении: их многообразие тесно связано с мультимедийностью, преобладающей в информационно-коммуникативном пространстве. Попытаемся раскрыть эти особенности на примере текстов регионального сайта «Алтапресс», на котором ежедневно представлены актуальные новости Барнаула и Алтайского края.

Новости портала оперативны, эксклюзивны и разнообразны. В оперативности интернет-издания превосходят прессу. В течение суток на сайте размещается около 40 сообщений, включая материалы из массмедиа, входящих в издательский дом «Алтапресс», в основном заметки, в которых кратко описаны события, происшедшие в регионе, отражены мнения экспертов. Прямая речь, использованная в тексте, выделяется особым шрифтом, что привлекает внимание читателей. Важную роль в композиции сайта играет система внутритекстовых и межтекстовых переходов, основанная на использовании гипертекстовых ссылок. Любознательные читатели могут получить дополнительные сведения о каком-либо событии.

В конце медиатекста располагается ссылочный блок, который, как и гиперссылка, направлен на увеличение количества предоставляемой аудитории информации. Преимуществом данного компонента служит и другой фактор – улучшение статистики (увеличение количества читателей и показатель глубины просмотра страниц), снижение числа читателей, отказавшихся от ознакомления с большинством материалов (учет тех пользователей, которые на сайте посмотрели не более одной страницы).

Интернет-издание наряду с другими массмедиа участвует в формировании информационного пространства региона. Это не преувеличение. Местные средства массовой информации представ-

ляют существенный ресурс развития территории, который непосредственно влияет на повышение социального статуса людей, проживающих в небольшом административном образовании; формирование нравственно-патриотического отношения к малой родине; создание позитивного информационного фона с целью приобщения жителей к культуре края. Добиться этого можно за счет проявления журналистами профессионализма, способности объективно освещать и глубоко анализировать события и социально-политические процессы, происходящие в регионе. Массмедиа могут не только информировать и, допустим, развлекать аудиторию, но и создать условия для формирования у читателей разносторонних представлений о действительности, способности критически мыслить: проверять достоверность полученной информации, устанавливать причинно-следственные связи событий, осознавать противоречивость социально-политических процессов.

### **Библиографический список**

1. Евдокимов В. А. Система информирования общества: опыты, модели, технологии. – Омск : Изд-во ОмГА, 2023. – 212 с.
2. Лазутина Г. В. Жанры журналистского творчества / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. – Москва : Аспект пресс, 2019. – 320 с.

# Проблемы жизни молодежи в отражении массмедиа Казахстана

**Л. Рзаева**

Омская гуманитарная академия  
Научный руководитель — д-р полит. наук,  
профессор В. А. Евдокимов

Массмедиа Казахстана регулярно рассказывают о жизни молодежи страны. В какой тональности? Какие материалы преобладают – позитивного, нейтрального или негативного характера? Как аудитория воспринимает эти произведения? Чтобы ответить на эти вопросы, автор изучил более ста материалов информационных агентств и сетевых изданий, распространенных во втором квартале 2021 года.

Согласно проведенным подсчетам девять процентов публикаций имеют критическую тональность (критика или подача в негативном свете раскрываемой автором темы). Доля материалов позитивного характера составила 18 процентов, нейтрального – 73 процента. Таким образом, информационные материалы носили преимущественно нейтральный характер.

Наибольшее число публикаций с негативной тональностью было обнаружено на сайте информационного агентства [caravan.kz](http://caravan.kz). Негативный характер имели публикации о росте безработицы в первом квартале 2021 года по сравнению с данными, зафиксированными в аналогичном периоде предыдущего года. В числе публикаций негативного характера также – материалы о непригодном состоянии столичных общежитий.

Какова реакция читателей, не проявляют ли они безразличие к журналистским произведениям? Уровень вовлеченности читателей отражает их интерес к содержанию информационных материалов и определяется, как сумма комментариев и репостов к сообщениям массмедиа. Наибольший уровень вовлеченности читателей – у информационного ресурса [tengrinews.kz](http://tengrinews.kz). Сообщения данного сетевого издания чаще всего читатели оценивали положительно, комментировали и распространяли посредством репостов. Не меньший интерес читателей вызвали материалы, опубликованные информационным агентством Караганды и Карагандинской области [nv.kz](http://nv.kz).

В частности, потребители чаще всего отмечали новость о проведении в городе Темиртау акции против коррупции, в которой молодые люди в белых перчатках вручили чиновникам мыло под названием «Чистые руки».

Большим количеством репостов и комментариев отмечены и публикации Костанайского регионального портала «Наша газета» (ng.kz). В частности, большой интерес вызвала новость о молодом предпринимателе, выращивающем экзотические фрукты на юге области. Однако следует отметить, что в совокупности наибольший интерес читателей вызвали новости негативного характера – о факте суицида, совершенного подростком из-за неразделенной любви, слабом развитии инфраструктуры в районе новостроек в Костанае.

Таким образом, молодых читателей привлекают журналистские произведения, в которых о социально-экономических проблемах рассказано без прикрас, они проявляют заинтересованность в решении проблем, волнующих соотечественников. В то же время внимание молодых граждан притягивают материалы об опыте тех людей, которые разрушают стереотипы, раскрывают творческие возможности в различных сферах деятельности.

### **Библиографический список**

1. Ерофеева И. В., Полякова Ю. А., Сафонова О. В. Технологии медиатекста. – Москва : Лань, 2023. – 152 с.
2. Евдокимов В. А. Система информирования общества: опыты, модели, технологии. – Омск : Изд-во ОмГА, 2023. – 212 с.
3. Баканов Р. П., Сабирова Л. Р., Егорова Л. Г. Жанры современной журналистики. – Москва : Флинта, 2023. – 328 с.

# Формирование умений и навыков корреспондента интернет-издания

**А. Сарсенбаев**

Омская гуманитарная академия  
*Научный руководитель — д-р полит. наук,  
профессор В. А. Евдокимов*

Деятельность интернет-изданий имеет все большее значение в информационном пространстве. Это объясняется быстротой получения новостей, доступностью контента и возможностью взаимодействия с аудиторией. Корреспонденты интернет-изданий играют ключевую роль в формировании общественного мнения и распространении актуальной информации. Цель автора – рассмотреть навыки и умения, приобретенные им в период работы корреспондентом интернет-издания «Слово ОмГА».

Приобретенный опыт показывает, что для эффективной работы корреспондентам интернет-изданий необходимы специальные умения и навыки. Прежде всего, ценно умение оперативно собирать информацию и анализировать ее на основе проверенных источников. Кроме того, полезно обладать навыками работы с текстом, уметь создавать качественный интересный контент для читателей.

Немаловажный навык – оперативная реакция на происходящие в регионе события. Например, автор при подготовке материала «Wildberries: товары доступны» получил задание написать репортаж о ситуации, сложившейся в пунктах выдачи товаров в Омске, и немедленно посетил ряд таких пунктов, беседовал с сотрудниками предприятия.

Журналистом приобретено и умение редактировать материал, т. е. при необходимости изменять стиль повествования в соответствии с содержанием произведения, использовать разнообразные словари для проверки фактических сведений, исправлять ошибки, избегать повторения. Цель редактирования – сделать текст максимально информативным и привлекательным для аудитории. Помимо этих умений и навыков, корреспондент интернет-издания осваивал другие компетенции: учился работать с фотоматериалами, анализировать тексты, распространяемые в социальных сетях, другими онлайн-ресурсами.

Корреспондент интернет-издания «Слово ОмГА» приобрел навыки и умения, которые позволили выполнять возложенные на него обязанности: проводить качественный анализ событий, находить и проверять информацию, налаживать деловые контакты с людьми, устанавливать доверительные отношения с собеседниками, быстро перестраиваться при возникновении сложностей в сборе материала и адаптироваться в соответствии с новыми условиями и задачами, находить нестандартные решения проблем для создания интересных материалов.

Таким образом, можно предположить, что эффективность деятельности корреспондента интернет-издания, во-первых, высока, если он умеет действовать оперативно, искать оптимальные решения для отражения в произведении выбранной темы – в интернете новости устаревают в течение короткого времени. Во-вторых, журналисту не обойтись без знания современных технологий и специфики деятельности медиа в интернете, чтобы эффективно использовать доступные инструменты и платформы для распространения своих материалов. В целом работа журналиста в глобальном пространстве может быть успешной, если он обладает творческими способностями, разнообразными навыками и умениями.

### **Библиографический список**

1. Евдокимов В. А. Система информирования общества: опыты, модели, технологии. – Омск : Изд-во ОмГА, 2023. – 212 с.
2. Авдони́на Н. С. Новостная интернет-журналистика / Н. С. Авдони́на. – Москва : Юрайт, 2023. – 183 с.

## Специфика блогов о путешествиях

**В. Стадухина**

Омская гуманитарная академия  
Научный руководитель — д-р полит. наук,  
профессор В. А. Евдокимов

К блогам о путешествиях пользователи проявляют стабильный интерес. Среди блогеров, чьи произведения пользуются спросом, – С. Карпухин и Д. Французов, которые публикуют материалы на протяжении десяти лет на социальной платформе livejournal.com. Оба не имеют журналистского образования. Цель автора – выявить содержательные особенности материалов, подготовленных этими блогерами.

Карпухин и Французов выезжают на места, собирают информацию, проводят фотосъемку и публикуют отчеты о путешествиях. Так, в блоге Карпухина – тысяча записей, свыше 30 000 комментариев. Подписчиков – более 10 000. Каждая публикация сопровождается фотографией и любопытной информацией об увиденном автором. К примеру, в материале «5000 км в одиночку» освещена экспедиция, совершенная автором. Рассмотрев 30 материалов, подготовленных Карпухиным, могу сделать вывод: он умеет рассказывать о событиях увлекательно. Однако иногда использует слова из сленга, не соответствующие нормам литературного языка. Карпухина можно назвать потенциальным журналистом.

Материалы, подготовленные Д. Французовым, также привлекательны для пользователей: комментариев – свыше 33 000. В профиле автор указал наличие экономического образования, он представляет канал как журнал путешествий, не только рассказывает о своих экспедициях, но и дает советы путешественникам, основываясь на своем опыте. К примеру, в одном из материалов он рассказал о пользе солнечных батареек, посоветовал приобрести их путешественникам-автомобилистам. К каждой фотографии Французов предоставляет комментарий. Блог можно рассматривать как дневник о путешествиях: здесь содержится информация о названии местности, фотографии представляют богатые природные пейзажи, имеется краткое объяснение происходящего.

Блогеры не скрывают, что не имеют журналистского образования, а блогосфера помогает им раскрыть творческие возможности.

Они не претендуют на глубокое раскрытие тем, их публикации выполняют главным образом рекреативную и справочную функции. Пользователей такой подход, вероятно, устраивает. Аудитория воспринимает блогосферу как источник любой информации, какая ей интересна. Если текст невелик, количество фотографий удовлетворяет запросы аудитории. Блогеры стараются ответить на каждый комментарий, а для пользователей важно общение с авторами каналов, выражение собственных мнений.

### **Библиографический список**

1. Евдокимов В. А. Медиасистема как единство неоднородных элементов // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2022. – Том 16, № 4. – С. 40–46.

## **Дизайн областной газеты «Оренбургская сударыня»**

**А. Таболина**

Омская гуманитарная академия  
*Научный руководитель — д-р полит. наук,  
профессор В. А. Евдокимов*

Дизайн газеты – это её лицо, и чем красивее и привлекательнее оно, тем больше шансов, что читатель не только по достоинству оценит его, но и захочет приобрести печатное издание. Цель автора – рассмотреть особенности дизайна областной газеты «Оренбургская сударыня».

Ключевые понятия при анализе первой полосы – упорядоченность расположения публикаций, лаконичность оформления, простота восприятия. Первая полоса «Оренбургской сударыни» содержит цветную фотографию, логотип, номер выпуска, дату выхода и краткую характеристику газеты. Фирменный товарный знак можно охарактеризовать как яркий и четкий. Название выполнено с шрифтовой обработкой в полноцветном (розовом) варианте.

Если охарактеризовать выбор цвета при оформлении газеты, то розовый отлично подходит для передачи настроения читателям. При этом цветовые акценты на полосах расставлены в хаотичном порядке – можно предположить, что это сделано в целях разбалансировки черно-белого полотна.

Фотографии в выпусках в цветном варианте можно увидеть лишь на первой и последней полосе под рубрикой «Наши друзья» – все они являются постановочными, что ухудшает их восприятие читателем и понижает интерес к номеру. Рассматривая полосу, на которой находится данная рубрика, следует отметить, что на странице присутствуют также рекламные записи. Возникает вопрос: нужно ли цветом акцентировать внимание читателя на рекламе, упуская интересные журналистские материалы?

Редкие фотографии, на которых запечатлены люди, находящиеся в движении, присутствуют лишь под рубрикой «Спорт – норма жизни». Помимо этого, все публикации (за исключением маленьких заметок) сопровождаются фотографиями – это значительно облегчает восприятие читателем материала и его понимание.

Композицию номеров газеты можно оценить, как единообразную и упорядоченную. Плюс – хорошо выполненная верстка и четкое расположение публикаций в соответствии с форматом газеты. Границы материалов не «наезжают» друг на друга, используются рамки и выделение названия журналистского произведения крупным жирным шрифтом.

Еще один плюс – размещение рубрик. Хотя их разнообразие может показаться избыточным и не исключено, что читатель испытывает затруднения в поиске интересующих его публикаций, рубрики точно определяют тему каждой из них.

Как редакция могла бы облегчить восприятие публикаций читателями? Цветовые акценты стоило бы упорядочить, а страницы для полноцветной печати поменять на те, которые были бы интересны аудитории. На первой полосе газеты возможно краткое описание значимых материалов и их расположения в номере. Вместо крупной фотографии и розового заголовка, занимающего полстраницы, лучше было бы приглушить яркость названия, уменьшить фотографию. Разнообразие используемых приёмов дизайна и верстки периодики позволит в большей мере учесть предпочтения и ожидания целевой аудитории, представить ей структурированный печатный продукт.

### **Библиографический список**

1. Луптон Э. Драматургия дизайна. – Москва : Эксмо, 2022. – 160 с.
2. Фрост К. Дизайн газеты и журнала. – Москва : Школа издат. и медиабизнеса, 2012. – 232 с.

## Стиль размещения материалов на сайтах массмедиа

**К. Филонов**

Омская гуманитарная академия  
*Научный руководитель — д-р полит. наук,  
профессор В. А. Евдокимов*

Отличительными чертами журналистской информации, распространяемой в интернете, являются мультимедийность, конвергентность, интерактивность, круглосуточность. Представляет интерес, какие приемы редактирования при размещении материалов о спорте используют сетевые массмедиа.

Для анализа автором выбраны материалы сетевых изданий «РИА «Новости», «Газета.ru», «Спорт-Экспресс» о матче Кубка Стэнли между хоккейными командами «Нью-Йорк Рейнджерс» и «Питтсбург Пингвинз», который состоялся 16 мая 2022 года. «РИА «Новости» посвятило игре четыре публикации, использован прием «ивент экшен»: журналист подготавливает о событии материал, который содержит интригу, разрушает стереотипы.

Вначале вышла заметка «Гол Панарина вывел «Рейнджерс» во второй раунд плей-офф НХЛ», затем – расширенная информация «Какая драма! Панарина критиковали всю серию, а он выбил Малкина из плей-офф». Когда журналисты получили комментарий хоккеиста А. Панарина, вышла еще одна заметка «Панарин назвал свою ошибку в матчах плей-офф НХЛ». В продолжение рассмотрения темы опубликована заметка «Одноклубник Панарина рассказал о человеческих качествах россиянина». Таким образом, редактор расставил материалы так, что раскрытие темы доведено до логического завершения. Причем анонс, сопровождаемый фото хоккеиста и заголовком, вынесен на главную страницу. Этот прием для привлечения внимания – тоже работа редактора.

Не меньшее стремление привлечь внимание аудитории проявлено изданием «Газета.ru», которое разносторонне осветило матч в шести заметках с элементами отчета, прогноза, комментария. Во-первых, если «РИА «Новости» уделило внимание в основном победному голу, то «Газета.ru» показала также, что победа достигнута благодаря еще одному россиянину, играющему в аме-

риканской команде – вратарю И. Шестеркину. Во-вторых, публикации «Газета.ru» сопровождаются мультимедийными элементами, новости о матче можно прочитать, прослушать и ознакомиться с видеосюжетами.

Превзошел конкурентов сайт «Спорт-Экспресса»: матч освещен в 21 публикации. При этом материалы выходили с интервалом в 10–15 минут в течение игры. Ознакомившись с заголовками, можно получить представление о ходе ее. Одна из заметок помечена значком «огонь». Это тоже элемент для привлечения внимания аудитории. На первый взгляд, материалы дублируют друг друга, заголовки похожи. Но содержание их отличается. В первом из указанных материалов перечислены фамилии спортсменов, забивших голы. Через 23 минуты выходит новость, в которой повторена информация о победном голе. Такой прием позволяет держать читателя в напряжении.

В отличие от первых двух сайтов «Спорт-Экспресс» подает информацию подробно, с элементами анализа, отчета, прогноза, комментария, интервью, материалы рассчитаны не только на болельщиков, но и профессионалов, а также любителей спорта, предпочитающих информацию от компетентных источников. Вместе с тем стоит отметить, что на сайтах «РИА «Новости» и «Газета.ru» при подаче информации используется такой прием, как наличие героя. При передаче такой информации происходит формирование спортивного стиля жизни и у многих представителей аудитории. Такой прием имеет огромную социальную значимость в процессе развития современного общества.

### **Библиографический список**

1. Баканов Р. П., Сабирова Л. Р., Егорова Л. Г. Жанры современной журналистики. – Москва : Флинта, 2023. – 328 с.
2. Евдокимов В. А. Система информирования общества: опыты, модели, технологии. – Омск : Изд-во ОмГА, 2023. – 212 с.
3. Ерофеева И. В., Полякова Ю. А., Сафонова О. В. Технологии медиатекста. – Москва : Лань, 2023. – 152 с.

## Тематика и жанры программ телеканала КТК

**А. Хамарова**

Омская гуманитарная академия  
Научный руководитель — д-р полит. наук,  
профессор В. А. Евдокимов

Изучение тематики и жанров программ телеканалов, являющихся популярными средствами массовой информации, представляет несомненный интерес. Телепередачи могут выполнять разнообразные функции, включая просветительскую, идеологическую, или в основном развлекательную, подчас журналисты стараются угодить вкусам невзыскательных зрителей. Цель автора – рассмотреть тематику и жанры программ казахстанского Коммерческого телевизионного канала (КТК).

Телеканал ориентирован на информационно-развлекательное вещание, включая новости, публицистику, сериалы, фильмы, ток-шоу, спортивные трансляции. Одно из ключевых направлений деятельности КТК – подготовка информационных программ. Канал представляет зрителям обширную обзорную информацию о событиях, происшедших в Казахстане и других странах мира, освещает политические, экономические, социальные и культурные процессы. Комментарии экспертов помогают зрителям глубоко осмыслить существо событий.

И все же в сетке вещания преобладают не информационные, а развлекательные программы. «Озат отбасы» – реалити-шоу, в котором казахстанцы соревнуются за звание лучшей семьи страны, участвуют в различных испытаниях, демонстрируя физическую подготовку, интеллектуальные способности. Состязательность лежит и в основе «Бала дауысы», первого национального песенного конкурса среди юных жителей. Познавательному аспекту отдали предпочтение авторы программы «Кинопроектор»: они рассчитывают удовлетворить интерес аудитории к биографиям киноактеров, истории создания мировых шедевров кинематографа. Новые краски стремятся добавить к палитре развлекательных программ создатели «Кривого зеркала», юмористической передачи, включающей спектакли, песни и танцы. Поиск «Другой правды» ведется в шоу, в котором представлены провокационные интервью с участниками

громких событий, эпатажными и скандальными личностями. Некоторые программы не оригинальны. «Астарлы акикат» – аналог российского шоу «Пусть говорят», «Найди меня» – подобие шоу «Жди меня».

Для журналистов, вероятно, тесны границы развлекательных программ. В телешоу «Дау-дамайыз» репортеры предпринимают попытки формировать правовую культуру зрителей, помочь им в решении проблем, связанных не с бытовыми трудностями и семейными конфликтами, а уголовными делами. Идет поиск ответов на вопросы о том, почему не раскрыты те или иные преступления. Формированию правовой культуры зрителей способствует и реализация проекта «Алданба». Целью его создателей является освещение борьбы с мошенничеством в Казахстане. Люди рассказывают о своем опыте общения с мошенниками, предупреждают зрителей от ошибок. Программа близка жанру расследования.

Авторы двух других передач, видимо, рассчитывают пощекотать нервы обывателей. Программы «Следствием установлено» и «Черный квадрат» предлагают аудитории рассказы о шокирующих правонарушениях, произошедших в Казахстане, откровения преступников и их истории. Авторы, как канатоходцы, балансируют на грани приемлемого в цивилизованном обществе и низкопробного, пошлого, грубого. Если одни зрители осуждают преступников, то другие могут воспринять их откровения о совершенных правонарушениях как руководство к действию. Нетрудно предположить, что телезрители ждут от журналистов не повторения чужого опыта, а реализации оригинальных идей.

### **Библиографический список**

1. Евдокимов В. А. Эволюция системы информирования общества // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2016. – № 2. – С. 71–77.
2. Муратов С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения. – Москва : Юрайт, 2023. – 240 с.

# ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В ПРИКЛАДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

---

## Системы искусственного интеллекта в управлении общественным мнением

**А. А. Буртович**

Омская гуманитарная академия

*Научный руководитель — канд. пед. наук, профессор О. Н. Лучко*

Системы искусственного интеллекта (ИИ) играют значительную роль в управлении общественным мнением, предоставляя возможности для анализа, прогнозирования и воздействия на убеждения аудитории. В данном исследовании мы рассмотрим роль ИИ в управлении общественным мнением, проанализируем их возможности и потенциальные угрозы, а также предложим рекомендации по этичному применению таких технологий.

Системы ИИ обладают способностью анализировать большие объемы данных из различных источников, выявлять тенденции и паттерны в поведении аудитории. Прогностические возможности ИИ позволяют предсказывать изменения в общественном мнении и настроениях. Благодаря персонализации контента, ИИ способствует более эффективному воздействию на аудиторию.

Однако, использование систем ИИ в управлении общественным мнением вызывает важные вопросы о приватности данных, верности информации и этике воздействия на мнения. Для этичного использования ИИ в данной области необходимо обеспечить прозрачность, защиту данных и соблюдение этических принципов.

Продолжим анализ роли и возможностей систем искусственного интеллекта в управлении общественным мнением, а также выявим потенциальные угрозы и разработаем этические рекомендации для их использования [1].

Роль систем искусственного интеллекта в управлении общественным мнением:

1. Анализ данных: системы ИИ предоставляют возможность анализировать и интерпретировать данные из различных источников, таких как социальные сети и новостные сайты, чтобы определить тенденции и предпочтения общества.

2. Прогнозирование поведения: ИИ позволяет предсказывать поведенческие шаблоны и реакции на определенные стимулы, что помогает предвидеть развитие событий. Например, анализ тональности сообщений в социальных сетях может помочь определить популярность определенного политического кандидата или товара.

3. Персонализация контента: с использованием ИИ можно создавать контент, адаптированный под интересы и потребности конкретной аудитории, что повышает вовлеченность и эффективность коммуникации.

4. Управление кампаниями: ИИ помогает управлять информационными кампаниями, оптимизировать расходы и анализировать результаты для улучшения стратегий.

С помощью ИИ также можно создавать персонализированные сообщения и рекламу, которые будут наиболее эффективно воздействовать на целевую аудиторию. Например, алгоритмы машинного обучения могут анализировать поведение потребителей и предлагать им наиболее подходящие товары или услуги.

Однако, использование ИИ в управлении общественным мнением также связано с опасностями. Например:

1. Приватность и безопасность данных. Сбор и обработка больших объемов данных может представлять угрозу для приватности и безопасности личной информации граждан. Необходимы строгие меры защиты данных и соблюдение законодательства о приватности.

2. Манипуляция и формирование искаженных представлений. Использование ИИ для управления общественным мнением может привести к манипуляции информацией и формированию искаженных представлений. Это может негативно повлиять на доверие людей к информации и организациям.

3. Безопасность информационной среды. Распространение фейковых новостей, дезинформации и вредоносного контента с использованием ИИ может создавать угрозу для информационной безопасности общества.

Рекомендации по этичному использованию систем искусственного интеллекта в управлении общественным мнением

Для этичного использования систем искусственного интеллекта в управлении общественным мнением необходимо соблюдать следующие рекомендации:

1. Принцип прозрачности и открытости. Необходимо обеспечить прозрачность алгоритмов и методов, используемых в системах ИИ для анализа общественного мнения. Пользователи должны понимать, как их данные используются и как принимаются решения на основе анализа.

2. Защита личных данных и приватности. Важно соблюдать правила обработки и хранения личной информации, чтобы защитить приватность пользователей. Системы ИИ должны соответствовать законодательству о защите данных и приватности.

3. Этичность в анализе и воздействии. Использование ИИ не должно приводить к манипуляции общественным мнением или нарушению этических норм. Задача систем ИИ – предоставлять аналитическую информацию и рекомендации, надлежащим образом соблюдая нравственные принципы.

4. Непредвзятость и равноправие. Важно избегать дискриминации и предвзятости при использовании ИИ в управлении общественным мнением. Алгоритмы должны быть объективными и учитывать разнообразие мнений и точек зрения.

5. Ответственность за последствия. Организации, использующие системы ИИ для управления общественным мнением, должны нести ответственность за последствия своих действий. В случае негативного воздействия на общественное мнение или нарушения приватности пользователей, необходимо принимать меры для исправления ошибок [2].

Соблюдение данных принципов поможет обеспечить этичное и безопасное использование систем искусственного интеллекта в управлении общественным мнением. Такой подход способствует улучшению доверия к технологиям ИИ и сохранению интегритета общественного диалога

Приведем пример конкретной системы ИИ в этой сфере: система мониторинга общественного мнения на основе анализа социальных медиа.

Система искусственного интеллекта, разработанная для мониторинга общественного мнения, может использоваться для анализа

данных из социальных медиаплатформ. Такая система автоматически сканирует различные источники информации, собирает данные о мнениях, тенденциях и обсуждениях, проводит их анализ с целью выявления ключевых тем, настроений и мнений.

Программный комплекс анализирует текстовую и визуальную информацию, выделяет ключевые слова и фразы, распознает тональность высказываний (негативную, нейтральную, положительную), а также идентифицирует ключевых активных участников обсуждений. На основе этих данных система формирует аналитические отчеты, графики и прогнозы, которые могут использоваться для принятия управленческих решений, корректировки стратегий коммуникации, рекламных кампаний и мероприятий по управлению образом.

Данный пример демонстрирует, как системы искусственного интеллекта могут быть применены в управлении общественным мнением для анализа и понимания настроений аудитории, что в свою очередь может помочь в принятии обоснованных решений и разработке стратегий взаимодействия с общественностью.

Таким образом, системы искусственного интеллекта играют все более важную роль в управлении общественным мнением. Они предоставляют возможность анализировать данные, прогнозировать поведение людей и создавать персонализированные сообщения. Однако использование ИИ в этой области также сопряжено с рисками, такими как нарушение приватности и манипуляции общественным мнением. Для этичного использования систем искусственного интеллекта необходимо соблюдать принципы прозрачности, конфиденциальности и справедливости.

### **Библиографический список**

1. Сидоров А. А. Искусственный интеллект: новые возможности для управления общественным мнением. – Интеллектуальные технологии, 2020.
2. Иванов И. П., Петрова О. Н. Этические аспекты использования искусственного интеллекта в современном обществе. – Этика и общество, 2019.
3. Федоров Д. С., Соловьева Е. А. Технологии искусственного интеллекта в социальных науках и управлении. – М. : МАКС Пресс, 2018.
4. Smith J. AI and Public Opinion Management. – Academic Press, 2021.

# **Роль информационных технологий в организации самостоятельной работы младших школьников**

**О. Я. Голубева, С. О. Янсон**

Омская гуманитарная академия

*Научный руководитель — канд. пед. наук, доцент Т. С. Котлярова*

На сегодняшний день использование информационных технологий в сфере образования и науки является актуальной проблемой, требующей всестороннего рассмотрения. Так как развитие и рост экономики, социокультурной динамики общества связан в первую очередь с подъемом уровня образованности и конкурентоспособности кадров не только на республиканском региональном, но и международном уровне. Сам термин «информационные технологии» подразумевает наборы методов и средств, поддерживающих этапы реализации нововведения.

К информационным технологиям обучения относят интерактивные технологии обучения, технологию проектного обучения и компьютерные технологии. Информационные технологии обучения, отражающие суть будущей профессии, формируют профессиональные качества специалиста, являются своеобразным полигоном, на котором учащиеся могут отработать профессиональные навыки в условиях, приближенных к реальным [1].

Технология – это набор и последовательность технических операций, выполняемых в определенных производственных процессах.

Технологизация учебного и воспитательного процесса в современной отечественной и зарубежной педагогике связана с поиском дидактических подходов, которые могли бы превратить обучение в своего рода «производственно-технический процесс с гарантированным результатом» [2].

Во второй половине XX века в дидактике появляется термин «педагогическая технология», под которым мы подразумеваем «систему средств, приемов и методов обучения на основе определенной научно-методической концепции, объединенных единой общей дидактической идеей и используемых в учебно-воспитательном процессе с целью наиболее эффективного решения задач обучения, разви-

тия и воспитания учащихся». Понятие «педагогическая технология» стало в современной педагогической науке самым употребляемым термином. Он возник в 20-е годы XX века. Это было время интенсивного внедрения в учебный процесс новых технических средств.

В педагогике существует несколько определений технологии и педагогической технологии. Некоторые из них:

«Любая деятельность может быть либо технологией, либо искусством. Искусство основано на интуиции, технология – на науке. С искусства все начинается, технологией заканчивается, чтобы затем все началось сначала».

«Педагогическая технология – содержательная техника реализации учебного процесса» [3].

«Технология – это сплав ума, мастерства и дела – идеи, методов, форм, средств, результатов» [3].

М. Е. Бершадский и В. В. Гузеев предложили следующее определение педагогической технологии: «... это специально организованный процесс взаимодействия учителя и учащихся, направленный на достижение запланированных целей образования» [4, 5].

Б. Т. Лихачев указывает что, педагогическая технология – совокупность психолого-педагогических установок, определяющих социальный набор и компоновку форм, методов, способов, приемов обучения, воспитательных средств; она есть инструментарий педагогического процесса [6].

И. П. Волков указывает что, педагогическая технология – это описание процесса достижения планируемых результатов обучения [7].

К. Кабдыкаиров и В. М. Монахов определяют педагогическую технологию – это продуманная во всех деталях модель совместной педагогической деятельности по проектированию, организации и проведению учебного процесса с безусловным обеспечением комфортных условий для учащихся и учителя [8].

А. Кушнир, раскрывая сущность педагогической технологии, сравнивает её с методикой: «Технология отличается от методик своей воспроизводимостью, устойчивостью результатов, отсутствием многих «если»: «если умные дети», «если талантливый учитель», «если богатая школа». Методика возникает в результате обобщения опыта или изобретения нового способа представления знаний. Технология же проектируется, исходя из конкретных условий, и ориентируется на заданный, а не предполагаемый резуль-

тат» [9]. Такое сравнение с методикой дает точное и понятное определение педагогической технологии.

Инновация – (от латинского *innovation* – нововведение, изменение, обновление) деятельность по созданию, освоению, использованию и распространению нового, с целенаправленным изменением, вносящим в среду внедрения новые элементы, вызывающие изменение системы из одного состояния в другое [10].

Информационные технологии – это производство (изобретение) нового для системы образования компонента.

Информационные технологии в образовании – это организация образовательного процесса, построенная на качественно иных принципах, средствах, методах и технологиях и позволяющая достигнуть образовательных эффектов, характеризуемых:

- усвоением максимального объема знаний;
- максимальной творческой активностью;
- широким спектром практических навыков и умений [11].

Исследованием и разработкой информационных методов занимается инноватика – область знаний, охватывающая вопросы методологии и организации инновационной деятельности, значительное место среди проблем которой, ставших предметом и объектом ее исследований, занимает относительно самостоятельная область знаний – социальная инновация. Это новые средства регулирования и развития социальных процессов, способных соответствовать сложности общественной ситуации, направленных на удовлетворение потребностей человека и общества в условиях высокой неопределенности обстоятельств.

Инновация – нововведение в области техники, технологии, организации труда или управления, основанное на использовании достижений науки и передового опыта, обеспечивающее качественное повышение эффективности производственной системы или качества продукции. Инновация – это не всякое новшество или нововведение, а только такое, которое серьезно повышает эффективность действующей системы [11].

В настоящее время в нашей стране происходят существенные изменения в национальной политике образования. Это связано с переходом на позиции лично-ориентированной педагогики. Одной из задач современной школы становится раскрытие потенциала всех участников педагогического процесса, предоставление

им возможностей проявления творческих способностей. Решение этих задач невозможно без осуществления вариативности образовательных процессов, в связи с чем появляются различные информационные типы и виды образовательных учреждений, которые требуют глубокого научного и практического осмысления.

Нововведения, или инновации, характерны для любой профессиональной деятельности человека и поэтому естественно становятся предметом изучения, анализа и внедрения. Инновации сами по себе не возникают, они являются результатом научных поисков, передового педагогического опыта отдельных учителей и целых коллективов. Этот процесс не может быть стихийным, он нуждается в управлении.

Словарь С. И. Ожегова дает следующее определение нового: **новый** – впервые созданный или сделанный, появившийся или возникший недавно, взамен прежнего, вновь открытый, относящийся к ближайшему прошлому или к настоящему времени, недостаточно знакомый, малоизвестный. Следует заметить, что в толковании термина ничего не говорится о прогрессивности, об эффективности нового [12].

Применительно к педагогическому процессу инновация означает введение нового в цели, содержание, методы и формы обучения и воспитания, организацию совместной деятельности учителя и учащегося.

Об инновациях в образовательной системе заговорили с 80-х годов XX века. Именно в это время в педагогике проблема инноваций и, соответственно, её понятийное обеспечение стали предметом специальных исследований. Термины «инновации в образовании» и «педагогические инновации», употребляемые как синонимы, были научно обоснованы и введены в категориальный аппарат педагогики [13, с. 87].

Педагогическая инновация – нововведение в педагогическую деятельность, изменения в содержании и технологии обучения и воспитания, имеющие целью повышение их эффективности.

Таким образом, инновационный процесс заключается в формировании и развитии содержания и организации нового. В целом под информационным процессом понимается комплексная деятельность по созданию (рождению, разработке), освоению, использованию и распространению новшеств.

В научной литературе различают понятия «новация» и «инновация».

Существуют различные виды инноваций, в зависимости от признака, по которому их разделяют.

Для полного и точного представления специфики информационных процессов, протекающих в современном образовательном пространстве, в системе образования можно выделить два типа учебно-воспитательных учреждений: традиционные и развивающиеся. Для традиционных систем характерно стабильное функционирование, направленное на поддержание однажды заведенного порядка. Для развивающихся систем характерен поисковый режим [14, с. 8].

В развивающихся образовательных системах информационные процессы реализуются в следующих направлениях: формирование нового содержания образования, разработка и внедрение новых педагогических технологий, создание новых видов учебных заведений.

Кроме этого, педагогический коллектив ряда образовательных учреждений занимается внедрением в практику инноваций, уже ставших историей педагогической мысли. Например, альтернативных образовательных систем начала XX века М. Монтессори, Р. Штайнера и т. д.

В настоящий момент в школьном образовании применяют самые различные педагогические инновации. Это зависит, прежде всего, от традиций и статусности учреждения.

Информационные представления о преподавании требуют, чтобы учитель, сосредоточенный на ученике, организовывал занятия в соответствии с задачами, способствующими развитию знаний, идей, навыков учеников. Подобные задачи разрабатываются таким образом, чтобы ученикам была предоставлена возможность продемонстрировать свои знания по изучаемой теме, подвергнуть сомнению определенные предположения, скорректировать убеждения и сформировать новое понимание. Важным аспектом деятельности учителя является стремление понять, как отдельными учениками постигается тема, осознать необходимость работы с учениками в целях улучшения или реконструкции их понимания, а также – осознание того, что отдельными учениками восприятие темы может происходить довольно уникальным способом.

## Библиографический список

1. Наука и образование – 2014 : Сборник материалов IX Международной научной конференции студентов и молодых ученых. Астана, 11 апреля 2014 года. – Астана : Евразийский национальный университет имени Л. Н. Гумилева, 2014. – 5831 с.
2. Кларин М. В. Педагогическая технология в учебном процессе : Анализ зарубеж. опыта / М. В. Кларин. – Москва : Знание, 1989. – 75 с.
3. Беспалько В. П. Слагаемые педагогической технологии / В. П. Беспалько. – Москва : Педагогика, 1989. – 190 с.
4. Бершадский М. Е. В каких значениях используется понятие «технология» в педагогической литературе? / М. Е. Бершадский // Школьные технологии. – 2002. – № 1. – С. 3–19.
5. Гузеев В. В. Образовательная технология: от приема до философии / В. В. Гузеев. – Москва : Изд. фирма «Сентябрь», 1996. – 112 с.
6. Лихачев Б. Т. Педагогика : Курс лекций : Учеб. пособие для студентов вузов и слушателей ин-тов и фак. повышения квалификации и переподготовки науч.- пед. кадров / Б. Лихачев. – 2. изд., испр. и доп. – Москва : Прометей : Юрайт, 1998. – 462 с.
7. Волков И. П. Учим творчеству : Опыт. работа учителя труда и рисования шк. № 2 г. Реутова Моск. обл. / Волков И. П. – Москва : Педагогика, 1982. – 86 с.
8. Кабдыкаиров К., Монахов В. Педагогическая технология обучения и ее принципы // Вестник высшей школы Казахстана. – 1996. – № 5. – С. 67–71.
9. Кушнир А. М. Педагогика иностранного языка / Алексей Кушнир. – Москва : Нар. образование, 1997. – 191 с.
10. Егорова Т. В. Словарь иностранных слов современного русского языка. – Москва : Издательский центр «Академия», 2011. – 178 с.
11. Грант Л. А. Как лучшие школьные технологии выходят на первое место. – Москва, 2011 – 156 с.
12. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка: 8000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова изд., дополненное – Москва : Азбуковник, 1999. – 944 с.
13. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования : учебное пособие / Е. С. Полат и др. ; под ред. Е. С. Полат. – 4-е изд., стер. – Москва : Академия, 2009. – 268 с.
14. Шолохович В. Ф. Информационные технологии обучения // Информация и образование. – 1998. – № 3. – С. 24–27.

# Влияние информационных технологий и математических методов в современных прикладных исследованиях

**Т. И. Западенец**

Стахановский инженерно-педагогический институт  
(филиал) Луганского государственного университета  
им. Владимира Даля, г. Стаханов

*Научный руководитель — канд. пед. наук, доцент Н. В. Карчевская*

## 1. Интеграция ИТ и математики в научных исследованиях.

Информационная технология – совокупность методов, производственных и программно-технологических средств, объединенных в технологическую цепочку, обеспечивающую сбор, хранение, обработку, вывод и распространение информации [1].

Современные научные исследования претерпевают революцию благодаря интеграции информационных технологий (ИТ) и математических методов. Использование ИТ и математики в совокупности создает уникальные возможности для более точного моделирования, анализа данных и принятия обоснованных решений в различных научных областях.

Математический метод – это система последовательных действий, приводящая к достижению поставленной цели [2].

*Тенденции в интеграции.* Современные исследования все чаще сталкиваются с необходимостью обработки огромных объемов данных и решения сложных математических задач. Тенденции в интеграции ИТ и математики прослеживаются в использовании высокопроизводительных вычислений для ускорения процессов моделирования, внедрения алгоритмов машинного обучения для анализа данных и создания инновационных математических моделей.

*Применение суперкомпьютеров.* Важным направлением интеграции является использование суперкомпьютеров в клинических исследованиях. Эти мощные вычислительные системы позволяют исследователям обрабатывать огромные объемы медицинских данных, проводить сложные вычислительные моделирования и создавать персонализированные подходы к лечению.

*Проблемы и вызовы.* Однако интеграция ИТ и математики не проходит без вызовов. Безопасность данных, эффективное взаимо-

действие между специалистами двух областей, а также необходимость в постоянном обучении представляют собой серьезные проблемы. Сложности интеграции технологий и математики также связаны с необходимостью поиска оптимальных подходов к обработке данных и созданию инновационных математических моделей.

*Преимущества.* Несмотря на вызовы, интеграция ИТ и математики обещает значительные преимущества. Ускорение процессов исследования, создание более точных моделей, а также более глубокий анализ данных открывают новые горизонты для научных открытий и решения сложных проблем.

*Будущие направления развития.* Будущее интеграции ИТ и математики в научных исследованиях видится в разработке более эффективных алгоритмов, повышении безопасности данных и интеграции новых технологий, таких как искусственный интеллект. Развитие этого направления способствует созданию более совершенных научных методов и инструментов для будущих поколений исследователей.

## 2. Роль алгоритмов в прикладных исследованиях.

Роль алгоритмов в современных прикладных исследованиях оказывает существенное влияние на решение разнообразных задач, начиная от распознавания образов и заканчивая оптимизацией производственных процессов. Этот раздел подробно рассмотрит, как алгоритмы, особенно в контексте машинного обучения, формируют технологическую основу для прогрессивных исследовательских методов.

Алгоритм – предписание, однозначно задающее процесс преобразования исходной информации в виде последовательности элементарных дискретных шагов, приводящих за их конечное число к результату. Слово алгоритм арабского происхождения и связано с именем математика и астронома Абу Абдулла Абу Джафар Мухамад ибн Муса ал-Хорезми, который в 825 г. н. э. описал придуманную в Индии позиционную десятичную систему исчисления [3].

*Эволюция алгоритмов.* Современные алгоритмы, прежде всего в сфере машинного обучения, претерпели значительную эволюцию. Они перешли от классических методов, таких как линейная регрессия, к более сложным нейронным сетям и глубокому обучению. Это позволяет эффективно работать с различными типами данных и решать более сложные задачи.

*Алгоритмы в анализе данных.* В прикладных исследованиях алгоритмы используются для анализа и обработки данных. Методы кластеризации, классификации и регрессии позволяют выявлять закономерности, делать прогнозы и оптимизировать бизнес-процессы. Применение алгоритмов в области аналитики данных становится ключевым элементом успешного исследования.

*Решение сложных задач.* Алгоритмы машинного обучения активно применяются для решения сложных задач, таких как распознавание образов, обработка естественного языка и компьютерное зрение. В медицинских исследованиях, например, алгоритмы используются для анализа медицинских изображений и диагностирования заболеваний, что существенно улучшает точность диагнозов.

*Оптимизация производства.* В промышленных исследованиях алгоритмы играют важную роль в оптимизации производственных процессов. Алгоритмы оптимизации позволяют управлять ресурсами, снижать затраты и повышать эффективность производства. Это особенно актуально в условиях повышенной конкуренции и стремительных технологических изменений.

*Этические аспекты использования алгоритмов.* С ростом влияния алгоритмов возникают этические вопросы, связанные с прозрачностью алгоритмов, справедливостью и конфиденциальностью данных. Обеспечение этичного использования алгоритмов становится важным аспектом исследований.

*Будущее алгоритмов в научных исследованиях.* Будущее алгоритмов в научных исследованиях связано с разработкой более сложных и универсальных моделей, способных автоматически адаптироваться к разнообразным задачам. Также акцент будет сделан на создании алгоритмов, способных работать с ограниченным объемом данных и сохранять высокую производительность.

3. Аналитика данных как ключевой элемент современных исследований.

Аналитика данных играет важнейшую роль в современных научных исследованиях, предоставляя исследователям мощные инструменты для извлечения ценной информации из объемных и сложных наборов данных. В этом разделе мы рассмотрим, как аналитика данных стала неотъемлемой частью исследовательского процесса, влияя на принятие решений в различных областях.

Под аналитикой данных подразумевается процесс обнаружения значимых сведений и закономерностей, их интерпретация, вы-

явление скрытых закономерностей и возможностей практического применения полученных выводов [4].

*Роль аналитики данных.* В современных исследованиях аналитика данных выходит за рамки простого анализа статистики. Она является ключевым элементом, обеспечивающим понимание сложных взаимосвязей в данных и помогающим исследователям выявлять закономерности, которые могли бы остаться незамеченными без применения аналитических методов.

*Методы аналитики данных.* Аналитика данных включает в себя разнообразные методы, начиная от описательной статистики и визуализации данных, заканчивая сложными методами машинного обучения. Методы кластерного анализа, классификации и прогнозирования позволяют исследователям строить прогностические модели, выявлять паттерны и делать выводы на основе имеющихся данных.

*Применение аналитики данных в медицине.* В медицинских исследованиях аналитика данных используется для анализа медицинских записей, изображений и генетических данных. Это позволяет улучшить диагностику, предсказывать течение заболеваний и разрабатывать персонализированные методы лечения, учитывая индивидуальные особенности пациентов.

*Применение в экономике и бизнесе.* В экономических исследованиях аналитика данных применяется для прогнозирования рыночных тенденций, оптимизации бизнес-процессов, анализа эффективности маркетинговых кампаний и выявления потенциальных рисков. Это позволяет предприятиям принимать обоснованные стратегические решения.

*Значение интерпретации данных.* Важным аспектом аналитики данных является корректная интерпретация полученных результатов. Исследователи должны учитывать контекст, из которого извлекаются данные, и принимать во внимание ограничения методов анализа. Это подчеркивает необходимость обучения специалистов в области аналитики данных.

*Роль в принятии решений.* Аналитика данных оказывает прямое воздействие на процесс принятия решений. Научные исследования, опирающиеся на аналитические методы, обеспечивают более обоснованные и фактологически подкрепленные выводы, что важно для прогресса в различных областях знаний.

*Перспективы развития.* Будущее аналитики данных в научных исследованиях связано с разработкой более сложных алгоритмов и инструментов визуализации данных. Развитие сферы биг-дата, внедрение технологий искусственного интеллекта, а также улучшение методов интерпретации данных будут играть ключевую роль в дальнейшем развитии этой области.

#### 4. Вызовы и перспективы влияния ИТ и математики.

В свете интенсивного взаимодействия информационных технологий (ИТ) и математических методов в прикладных исследованиях, возникают ряд вызовов и перспектив, определяющих динамику этого синергетического влияния.

Технический прогресс не стоит на месте, особенно в ИТ среде. Это самая прогрессивная, полезная и постоянно меняющаяся сфера. Здесь регулярно появляются новые технические и программные решения, которые делают жизнь комфортнее [5].

*Безопасность данных.* Одним из главных вызовов является обеспечение безопасности данных. С увеличением объемов обрабатываемой информации и расширением круга применений, вопросы конфиденциальности и защиты данных становятся критическими. Необходимость разработки эффективных методов шифрования, механизмов контроля доступа и систем предотвращения утечек данных становится все более актуальной.

*Этические вопросы.* Рост использования ИТ и математических методов также вызывает вопросы этики. Прозрачность алгоритмов, справедливость и беспристрастность в принятии решений становятся важными аспектами. Необходимость разработки стандартов этического поведения в сфере прикладных исследований становится вызовом для научного сообщества.

*Обучение и подготовка кадров.* Одним из вызовов является необходимость обучения квалифицированных специалистов, способных эффективно сочетать знания в области ИТ и математики. Специфика этих областей требует от исследователей углубленного понимания не только своей собственной дисциплины, но и умения интегрировать их в комплексный научный подход.

*Безопасность ИТ-систем.* С ростом зависимости от ИТ в исследованиях возрастает и уровень угроз для безопасности ИТ-систем. Хакерские атаки, вирусы и другие угрозы могут представлять серьезные риски для проведения исследований и сохранности

данных. Развитие мер безопасности и системы обнаружения аномалий становится неотъемлемой частью инфраструктуры.

*Перспективы развития.* Несмотря на вызовы, предстоящее развитие обещает новые перспективы. Развитие технологий искусственного интеллекта, расширение области применения квантовых вычислений, а также улучшение алгоритмов машинного обучения открывают новые горизонты для совместного воздействия ИТ и математики в исследованиях.

### **Библиографический список**

1. Информационная технология: основные понятия и термины [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.finam.ru/publications/item/informatsionnaya-tekhnologiya-20230628-2033/?ysclid=lteq9p35hb293435730> (дата обращения: 04.03.24).

2. Математические методы [Электронный ресурс]. – URL: <https://lyl.su/jQ6r> (дата обращения: 05.03.24).

3. Основы организации данных и алгоритмизация (2012). Лекция 1. Алгоритмы и их свойства [Электронный ресурс]. – URL: <http://c90872ql.bget.ru/edu/nniit/alg/01.pdf> (дата обращения: 05.03.24).

4. Что такое аналитика данных и Data Science и какая разница между Data Analyst и Data Scientist? [Электронный ресурс]. – URL: <https://4brain.ru/blog/chto-takoe-analitika-dannyh-i-data-science-kakaya-raznica-mezhdu-data-analyst-i-data-scientist/> (дата обращения: 05.03.24).

5. Перспективы развития информационных технологий [Электронный ресурс]. – URL: [https://synergy.ru/about/education\\_articles/raznoe/perepodgotovka/perspektivyi\\_razvitiya\\_informacionnyix\\_tehnologij](https://synergy.ru/about/education_articles/raznoe/perepodgotovka/perspektivyi_razvitiya_informacionnyix_tehnologij) (дата обращения: 04.03.24).

# Применение технологии Data Mining в профессиональной деятельности

**В. Д. Зольникова**

Гуманитарный колледж г. Омска

*Научный руководитель — канд. пед. наук, профессор О. Н. Лучко*

Проблемой организаций и различных государственных структур является то, что в базах данных хранится огромное количество информации, которую необходимо структурировать и анализировать. В статье мы рассмотрим технологию Data Mining и то, как её можно использовать в профессиональной деятельности полиции.

Data Mining – интеллектуальный анализ данных, глубинный анализ данных или дословно «добыча данных» – это процесс обнаружения закономерностей в больших наборах данных, который включает в себя использование современных аналитических методов для извлечения ценной информации из структурированных и неструктурированных данных.

В интеллектуальном анализе данных используется много различных методов, в том числе:

- **Корреляционный анализ:** этот метод используется для поиска взаимосвязей (корреляций) между различными атрибутами в наборе данных.

- **Кластеризация:** этот метод предполагает группировку схожих «точек» данных на основе их характеристик.

- **Деревья решений:** этот метод используется для выявления закономерностей в данных и принятия решений на основе этих закономерностей.

- **Нейросети:** этот метод предполагает создание модели, имитирующей структуру и функции человеческого мозга для анализа сложных данных.

Модели интеллектуального анализа данных применяются для нескольких типов задач:

- **прогнозирование:** оценка продаж, предсказание нагрузки сервера или его времени простоя;

- **риск и вероятность:** выбор подходящих заказчиков для целевой рассылки, определение точки баланса для рискованных сценариев, назначение вероятностей по диагнозам или другим результатам;

- рекомендации: определение продуктов, которые будут продаваться вместе, создание рекомендательных сообщений;
- поиск последовательностей: анализ выбора заказчиков во время совершения покупок, прогнозирование их поведения;
- группирование: разделение заказчиков или событий на кластеры, анализ и прогнозирование общих черт этих кластеров.

Интеллектуальный анализ данных имеет ряд преимуществ:

- Улучшение процесса принятия решений: Data Mining помогает организациям принимать решения на основе данных, основанных на знаниях, полученных из больших наборов данных.
- Повышение эффективности: Data Mining может помочь выявить недостатки и области для улучшения своей деятельности.
- Достижение конкурентных преимуществ: организации, которые эффективно используют интеллектуальный анализ данных, могут получить конкурентные преимущества за счет оперативного выявления новых возможностей и тенденций.

Однако Data Mining сопряжен и с рядом проблем:

- Качество данных: организациям необходимо гарантировать, что данные, которые они используют, точны и высокого качества, чтобы гарантировать корректность полученных на их основе выводов.
- Конфиденциальность и безопасность данных: необходимо гарантировать, что данные используются этически и законным образом для обеспечения должной конфиденциальности и безопасности.
- Требования к ресурсам: интеллектуальный анализ данных требует вычислительных ресурсов и экспертизы, что может стать проблемой для небольших организаций.

Технология и методы Data Mining.

Выделяют несколько этапов добычи данных:

1. Постановка задачи. Этот шаг включает анализ бизнес-требований, определение области проблемы, метрик, по которым будет выполняться оценка модели, а также определение задач для проекта анализа.
2. Подготовка данных: объединение и очистка. Эта работа включает не только удаление ненужных данных, но и поиск в них скрытых зависимостей, определение источников самых точных данных и создание таблицы для анализа.
3. Изучение данных.
4. Построение моделей.

5. Исследование и проверка моделей. Точность их прогнозов можно проверить при помощи специальных средств.

6. Развертывание и обновление моделей. Когда модель заработала, ее нужно обновлять по мере поступления новых данных, а затем выполнять их повторную обработку.

Исходя из задач интеллектуального анализа мы можем применить Data Mining и в правоохранительной деятельности, например, вводя в базу данных информацию обо всех преступлениях и правонарушениях, совершенных на обслуживаемой территории, интеллектуальный анализ поможет проанализировать личности преступников и правонарушителей, совершаемых одно и тоже преступление или административное правонарушение, и схожие черты в их характере и поведении, а также поможет подобрать более эффективный способ профилактики лиц, совершивших то или иное деяние. Также данный способ анализа может помочь в объединении в группы преступления и правонарушения со схожими составами и предлагать наиболее удобный и эффективный способ расследования.

### **Библиографический список**

1. Гаврилов М. В. Информатика и информационные технологии: учебник для среднего профессионального образования/ М. В.Гаврилов, В. А. Климов. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 355с. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/536598>.

2. Информационные технологии в юридической деятельности : учебник для среднего профессионального образования/ П. У. Кузнецов и др.; под общей редакцией П. У. Кузнецова. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 436с. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/541081>.

3. Технология Data Mining: понятие и задачи [Электронный ресурс]. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/61b359739a7947c7376ef7ce>.

4. Анализ данных Data Mining [Электронный ресурс]. – URL: [https://portal.tpu.ru/departments/kafedra/vt/Disciplines\\_VT/Data\\_storehouses/FilesTab/Tab/lections%20data%20mining.pdf](https://portal.tpu.ru/departments/kafedra/vt/Disciplines_VT/Data_storehouses/FilesTab/Tab/lections%20data%20mining.pdf).

# **Робототехника VEX IQ: информационные технологии и математика в науке и образовании**

**Ю. О. Карнаухов**

Стахановский инженерно-педагогический институт  
(филиал) Луганского государственного университета  
им. Владимира Даля, г. Стаханов

*Научный руководитель — канд. пед. наук, доцент Н. В. Карчевская*

Робототехника становится неотъемлемой частью современного образования и научных исследований, открывая новые горизонты для учащихся и исследователей в области информационных технологий и математических методов.

Сегодня робототехника представляет собой интегративное направление научно-технического прогресса, объединяющее знания в области физики, микроэлектроники, современных информационных технологий и искусственного интеллекта [1].

В рамках этой эволюции робот VEX IQ выступает как один из самых популярных инструментов для изучения STEM-дисциплин и разработки инновационных решений.

Начиная с 2014 года в РФ дан приоритет инженерному образованию. В 2019 году разработана новая концепция предметной области «Технология» с учетом требований STEM подхода [2]. STEM-подход предлагает, прежде всего, системное внедрение в школьные программы нового, инженерно-технологического аспекта образования на базе цифровой платформы [3].

Робототехника VEX IQ представляет собой мощный инструмент, который не только вдохновляет учащихся на изучение науки, технологии, инженерии и математики (STEM), но также активно применяется в научных исследованиях. Эта система разработана для того, чтобы дать учащимся возможность погрузиться в мир программирования и робототехники, начиная с самых ранних школьных лет.

Робот VEX IQ представляет собой гибкую и многофункциональную платформу, которая позволяет создавать различные конструкции и программировать их для выполнения разнообразных задач. Базовый набор VEX IQ включает в себя различные типы моторов, датчиков и конструкционные элементы, что позволяет реа-

лизовывать различные механические и программные решения. Структурные части VEX IQ соединяются и разъединяются без использования специальных инструментов, что дает возможность быстро собирать и модифицировать робота [4].

Использование роботов VEX IQ в образовании широко распространено как в рамках курсов STEM, так и в дополнительных образовательных мероприятиях, включая робототехнические клубы и соревнования. Учащиеся получают возможность применять роботов VEX IQ для изучения широкого спектра концепций, начиная от базовых принципов механики и электроники, и заканчивая более сложными алгоритмами программирования и управления. Этот инновационный подход к обучению не только развивает навыки работы с технологиями, но и стимулирует творческое мышление, пробуждая интерес к науке и инженерии у учащихся. Каждый проект с роботом VEX IQ становится уникальным опытом, который способствует развитию креативности и решению реальных задач, подготавливая новое поколение специалистов в области STEM.

Информационные технологии и математические методы играют ключевую роль в развитии и программировании роботов VEX IQ. С помощью информационных технологий студенты могут создавать программы управления роботом, используя различные языки программирования и интегрируя с ними математические концепции, такие как алгоритмы поиска путей, управление движением и анализ данных с датчиков.

Математические методы также широко применяются при проектировании механизмов и мехатронных систем робота VEX IQ. Они позволяют оптимизировать конструкцию робота с точки зрения эффективности, скорости и точности выполнения задач. Благодаря интеграции информационных технологий и математических методов, студенты могут развивать навыки проблемного мышления, аналитического мышления и творческого подхода к решению задач.

Математические концепции, такие как теория управления и алгебраические методы, используются для разработки алгоритмов управления роботом VEX IQ. Оптимизация работы робота также основывается на математических моделях и методах анализа, позволяя сделать движения более точными, а решения более эффективными.

Применение математических концепций также позволяет оптимизировать использование ресурсов робота, таких как энергия и время, что приводит к повышению его производительности и улучшению результатов выполнения задач.

Алгоритмы поиска путей и графовые алгоритмы играют ключевую роль в программировании роботов VEX IQ для эффективного перемещения и выполнения различных задач.

Алгоритмы поиска путей помогают роботу определить наилучший маршрут для достижения цели, учитывая различные ограничения и условия. Это может быть полезно, например, при навигации через лабиринт или оптимальном планировании маршрута соревновательного робота.

Графовые алгоритмы используются для анализа структуры задачи и определения оптимальных решений. Они могут помочь роботу принимать решения на основе анализа среды и предсказания возможных последствий его действий.

Использование этих математических методов позволяет роботу VEX IQ эффективно перемещаться, обнаруживать объекты, избегать препятствий и выполнять различные задачи с высокой точностью и скоростью.

В программировании робота VEX IQ ключевую роль играют машинное обучение и искусственный интеллект, что позволяет ему гибко адаптироваться к переменным условиям окружающей среды и принимать более интеллектуальные решения. Это современные технологии открывают новые возможности для развития робототехники в образовании, позволяя студентам не только осваивать основы программирования и работы с роботами, но и изучать принципы машинного обучения и искусственного интеллекта. Такой подход не только углубляет понимание принципов работы роботов, но и подготавливает будущих специалистов к современным вызовам в области технологий.

Применение алгоритмов машинного обучения позволяет роботу извлекать знания из данных, полученных от датчиков, и использовать их для принятия решений в реальном времени. Например, робот может обучиться распознавать различные объекты или ситуации и адаптировать своё поведение соответствующим образом.

Искусственный интеллект, в свою очередь, позволяет роботу анализировать сложные ситуации, прогнозировать возможные по-

следствия своих действий и выбирать оптимальные стратегии поведения на основе полученной информации.

Методы компьютерного зрения и обработки изображений позволяют роботу VEX IQ автоматически распознавать объекты и анализировать окружающую среду, что делает его более независимым и адаптивным.

С помощью компьютерного зрения робот может обнаруживать объекты, такие как маркеры на поле, цели или препятствия, и принимать решения на основе этой информации. Например, робот может использовать компьютерное зрение для точной навигации по маршруту или для определения расстояния до объектов.

Обработка изображений позволяет роботу анализировать полученные данные и выявлять в них закономерности и шаблоны, что может быть полезно для обучения моделей машинного обучения или для оптимизации алгоритмов управления.

Современные информационные технологии позволяют осуществлять удалённое управление и мониторинг робота VEX IQ в реальном времени, расширяя его функциональность и возможности применения.

При помощи сетевых технологий и специального программного обеспечения робот может быть удалённо управляем или программирован из любой точки мира. Это позволяет решать задачи в условиях, когда прямое вмешательство человека невозможно или нежелательно.

Кроме того, удалённый мониторинг позволяет отслеживать состояние робота, анализировать данные с датчиков и корректировать его поведение в реальном времени, что повышает эффективность его работы и безопасность его использования.

Робототехника VEX IQ представляет собой мощный инструмент для развития навыков программирования, инженерии и математики у учащихся, а также для проведения инновационных исследований в области информационных технологий. В данной статье мы рассмотрели роль информационных технологий и математических методов в использовании робота VEX IQ в научных исследованиях и образовании.

Использование математических концепций в программировании робота позволяет создавать эффективные алгоритмы управления и оптимизировать его работу. Применение информационных

технологий, таких как машинное обучение, компьютерное зрение и удалённое управление, расширяет функциональность робота и делает его более гибким и адаптивным.

Робототехника VEX IQ открывает перед учащимися и исследователями широкие возможности для погружения в мир технологий и научных открытий, и её применение в образовании и научных исследованиях будет продолжать расширяться и развиваться в будущем.

### **Библиографический список**

1. Ечмаева Г. А. Подготовка педагогических кадров в области образовательной робототехники [Электронный ресурс] / Г. А. Ечмаева. – Тобольск : Тобольская гос. соц.-пед. академия им. Д. И. Менделеева, 2013. – URL: <http://www.science-education.ru/pdf/2013/2/514.pdf> (дата обращения: 04.03.2024).

2. Караев Ж. А. Дидактические вопросы развития системы образования на основе stem-подхода [Электронный ресурс] / Ж. А. Караев, Г. Б. Бейсембаев // Образование. – 2022. – № 4. – С. 5–14. – URL: <https://sul.su/Ix2> (дата обращения: 04.03.2024).

3. Тыныбаева М. А. STEM-обучение как инновационный подход в современном образовании [Электронный ресурс] / М. А. Тыныбаева, О. Б. Мазбаев, С. Д. Муканова. – Астана : Национальная академия образования им. И. Алтынсарина, 2023. – URL: <https://sul.su/bmW> (дата обращения: 04.03.2024).

4. Костюк А. М. Особенности подготовки школьников к робототехническим соревнованиям VEX IQ Challenge [Электронный ресурс] / А. М. Костюк // Информатика в школе. – 2020. – № 3(156). – С. 16–23. – URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_42809452\\_76296670.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_42809452_76296670.pdf) (дата обращения: 05.03.2024).

# Искусственный интеллект в рекламной деятельности

**А. В. Катесова**

Омская гуманитарная академия

*Научный руководитель — канд. пед. наук, профессор О. Н. Лучко*

Искусственный интеллект (англ. artificial intelligence) – это способность компьютера обучаться, принимать решения и выполнять действия, свойственные человеческому интеллекту. Важно подчеркнуть, что ИИ решает задачи (многофункциональные, интегрированные и интеллектуальные), в которых интеллектуальность напрямую связана с использованием не только синтаксической, но и семантической и прагматической информации. В настоящее время искусственную интеллектуальность уже связывают с возможностью эффективного действия в условиях, «неожиданных» для системы. Такие системы все чаще стали называть креативными, то есть творческими [1].

Искусственный интеллект (ИИ) преобразует современную рекламу. Автоматизация, персонализация и аналитика революционизируют способы привлечения клиентов.

Напоминаем, что эволюция рекламы – это процесс изменений и развития методов и средств продвижения товаров и услуг с течением времени. Реклама осуществлялась еще в древности, принимая различные формы [2]. Она имеет долгую историю, начиная со времен античности, но ее сущность и формы претерпевали значительные изменения на протяжении истории. Реклама перешла от массовой к индивидуальной благодаря ИИ. Алгоритмы анализируют данные и создают персонализированный контент для каждого клиента.

Прежде всего, ИИ упрощает автоматизацию процессов в рекламе. От подбора ключевых слов до оптимизации рекламных бюджетов – все это становится более эффективным и точным. Наиболее значительные успехи достигнуты в развитии экспертных систем, интеллектуальных систем диагностики, прогнозирования, планирования, управления, поддержки принятия решений, проектирования, информационного поиска, обработки естественно-языковой информации. Такие системы создаются с помощью ин-

теллектуальных технологий, включающих программные и аппаратные средства реализации интеллектуальных методов и алгоритмов [4].

Также можно сказать о том, что искусственный интеллект анализирует данные и помогает предсказывать рыночные тренды. Это позволяет компаниям адаптировать рекламные стратегии заранее.

Существуют некоторые ключевые аспекты прогнозирования трендов при помощи искусственного интеллекта в рекламе:

1. Сбор и анализ данных.
2. Обнаружение паттернов.
3. Рекламное планирование.
4. Предсказание спроса.
5. Персонализация рекламы.

На каждом из этапов создания компьютерного видеоролика возможно использование нейронных сетей различного назначения.

Этап 1. Идея и концепция.

Предпринята попытка продемонстрировать, что мороженое «ОЕ» представляет собой не только продукт, но и уникальный опыт, способный трансформировать восприятие человека и перенести его в различные эпохи и места, заставляя оставаться незабываемым впечатлением.

Важно отметить привлекательность мороженого «ОЕ», стремление установить эмоциональную связь с целевой аудиторией, возбудить интерес к продукту и создать благоприятный образ бренда. Основной концепцией является идея, что зрители должны испытывать жажду продукта, что ассоциируется с представленной в видеоролике пустыней. Внезапное появление мороженого в сцене как спасение должно подчеркнуть ощущение свежести и удовольствия от употребления мороженого, а также вызвать позитивные эмоции у зрителей.

Этап 2: Сценарий и сюжет.

В данном исследовательском эксперименте был использован алгоритм chat-gpt для разработки сценария.

1. В начале видеоряда пленительно представлены кадры раскаленной песчаной пустыни, на которой солнце безжалостно обжигает поверхность.

2. В неожиданный момент на горизонте мелькает фургон, перевозящий мороженое «ОЕ». Из фургона выходит фигура Тутанхамона, протягивая вафельный рожок с мороженым.

3. Главный персонаж берет в руки мороженое, и в мгновение как откусывает его, волшебным образом перемещается в сибирские горы, где на сноуборде преодолевает снежные заносы, покрывающие его ледяной шубой от головы до ног, а с носа свисает сосулька льда.

4. Драматический поворот сюжета наступает, когда персонаж врежется на сноуборде в стену из фруктов, вызывая разлет фруктов и последующее падение в ледяной бассейн.

5. Сцена переносит нас в снежные горы, где перед зрителем располагается стол, а на нем сидит медведь, держащий ящик мороженого.

6. Надпись, внезапно появляющаяся на экране, гласит: «Выражаем благодарность за помощь нуждающимся. Жажду можно утолить не только водой».

Этот сценарий выделяет чувственный опыт холода и удовольствия от мороженого, а также вызывает позитивные эмоциональные реакции на продукт.

Этап 3: Генерация изображений и персонажей.

В работе были рассмотрены основные нейронные сети, для создания видеоролика, перейдем к их функциям.

Artflow AI – искусственный интеллект, позволяющий создавать уникальные анимированные истории с оригинальными персонажами, используя ресурсы, сгенерированные AI.

При использовании данной нейронной сети предполагается генерация локаций и персонажей в соответствии с нашим представленным сценарием.

WOMBO Dream – создавайте красивые произведения искусства, используя возможности искусственного интеллекта. С использованием WOMBO Dream осуществляется генерация дополнительных изображений.

Задействовав сервис Tokkingheads, мы трансформируем статичные портреты в динамичные изображения с использованием продвинутой технологии искусственного интеллекта. С учетом исходной неподвижности изображений, планируем внедрить анимацию, придающую жизнь лицам персонажей.

При помощи платформы Starrya, достаточно описать желаемое в текстовой форме, а наш искусственный интеллект адаптирует ваше описание в изобразительное искусство. Ожидаем создание точного и качественного логотипа согласно указаниям.

В заключение обращаемся к Acetone.ai по причине необходимости удаления фона на сгенерированных изображениях логотипа.

Этап 4: Перевод и постпродакшн.

В ходе последующего этапа планируется использовать следующие виды нейронных сетей:

Elevenlabs.io представляет собой голосовую нейронную сеть, способную выполнить качественное озвучивание текстов. Согласно функции «Дублирование» предоставляется возможность перевода контента на 29 языков с помощью голосовых переводов, идентификации динамиков и дубляжа аудио.

При использовании ведущей музыкальной платформы Loudly, основанной на искусственном интеллекте, пользователи получают возможность не только создавать и кастомизировать музыку, но и открывать для себя новые звучания и исполнителей при содействии технологий ИИ.

Завершается видеоролик 5 этапом, где происходит тестирование и показ.

Соблюдение этих этапов поможет создать эффективный и привлекательный рекламный видеоролик о мороженом, который будет привлекать внимание и запоминаться целевой аудитории.

В заключение, основываясь на анализе о будущем искусственного интеллекта в сфере рекламы, можно утверждать, что дальнейшее развитие ИИ предвосхитит появление новаторских подходов. Искусственный интеллект определенно изменит ландшафт рекламной деятельности, открывая новые перспективы и вызовы. Важно продолжать исследования и расширять горизонты в области технологий ИИ, учитывая при этом этические стандарты и вопросы конфиденциальности данных.

## **Библиографический список**

1. Воронов М. В. Системы искусственного интеллекта : учебник и практикум для вузов / М. В. Воронов, В. И. Пименов, И. А. Небаев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 268 с. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].

2. Карпова С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 425 с. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].

3. Новиков Ф. А. Символический искусственный интеллект: математические основы представления знаний : учебное пособие для вузов / Ф. А. Новиков. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 278 с. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].

4. Станкевич Л. А. Интеллектуальные системы и технологии : учебник и практикум для вузов / Л. А. Станкевич. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 495 с. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].

5. Рабчевский А. Н. Синтетические данные и развитие нейросетевых технологий : учебное пособие для вузов / А. Н. Рабчевский. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 187 с. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].

6. Бессмертный И. А. Системы искусственного интеллекта : учебное пособие для вузов / И. А. Бессмертный. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 157 с. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].

# Реклама в компьютерных играх

**А. А. Мещанкина**

Омская гуманитарная академия

*Научный руководитель — канд. пед. наук, профессор О. Н. Лучко*

Реклама в компьютерных играх – это реклама, использующая компьютерные и видеоигры как новый канал продвижения продукта / бренда.

В России реклама в компьютерных и видеоиграх не так давно получила развитие. До 2005 года попадание рекламы в игры носило случайный характер. С 2005 года в России стали появляться специализированные агентства, активный интерес к размещению рекламы стал проявляться и со стороны разработчиков игр.

В России предлагается тот же набор возможностей по размещению рекламы в играх, что и на Западе. Однако названия / обозначения вариантов размещения от компании к компании варьируются. Ниже приведена одна из классификаций, где выделено три основные категории (на примере компании «НИВ»).

- «Игра бренда» – компьютерная игра создается непосредственно под продукт. Это может быть, например, флеш-игра, доступная через Интернет, на сайте компании или распространяемая бесплатно среди состоявшихся и потенциальных клиентов. Или полноценная компьютерная игра с хорошей графикой и сложным сюжетом.

- Широко известный product placement в играх возможен в двух вариантах: статическое и активное. При статическом размещении бренда или продукта задействуются билборды на улицах, растяжки, плакаты в помещениях и вне их, борта гоночной трассы, одежда героев и т. д. Несомненный плюс – отсутствие другой рекламы.

- Активное размещение – это уже упоминавшееся взаимодействие игрока с рекламируемым продуктом или брендом, встроенным в сценарий игры.

Наконец с 2007 года в России стартовала отечественная технология динамической рекламы сначала в casual-играх, а с февраля 2008 года и в PC-играх. Динамическая реклама в играх позволяет обновлять рекламные сообщения в игре и получать детальную отчетность о проведенных рекламных кампаниях [1].

В России реклама в интернете появилась в 1997 году, когда были составлены первые прайс-листы. Первые баннеры продавались на основе оплаты за время показа и стоили порядка 35 долл. в день.

Начиная с момента появления интернет-рекламы на рынке России её доля по отношению к другим медиаплатформам постоянно растёт. Так, с 2007 по 2010 гг. доля интернет-рекламы на российском рекламном рынке увеличилась почти вдвое. Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР) оценивает долю рекламы в сети в 10,7 % от всех рекламных бюджетов (2010 год). Ещё в 2008 году объем интернет-рекламы превысил объем рекламы на радио [3].

Основными преимуществами использования внутриигровой рекламы в качестве инструмента продвижения являются:

1. Широкая и платежеспособная аудитория. По данным исследования Global Games Market Report 2022, в мире насчитывается более 3,1 миллиарда геймеров, а их средний возраст составляет 34 года [2].

2. Высокая видимость. Внутриигровая реклама органично интегрирована в игру, и в большинстве случаев нет возможности пропустить ее. Это означает, что геймеры будут подвергаться ее воздействию, даже если они не специально не обращают внимания.

3. Точный таргетинг. Внутриигровая реклама позволяет брендам ориентироваться на определенную демографию или интересы, что может привести к более эффективным кампаниям и более высокому ROI для рекламодателей.

4. Повышение узнаваемости бренда. Такой способ может быть особенно эффективным для брендов, которые хотят выйти на новую аудиторию или расширить свое присутствие на рынке.

5. Прозрачные измерения. Внутриигровые кампании легко поддаются измерению, поскольку они позволяют рекламодателям отслеживать такие показатели, как показы, охват, просмотры, возможность просмотра, VTR, время ожидания, время пристального взгляда и оценка и т. д. Это помогает маркетологам оптимизировать будущие кампании и потенциально улучшить результаты.

Способы реализации рекламы в компьютерных играх:

1. Интерактивная реклама. В некоторых случаях игрокам предоставляется возможность взаимодействовать с рекламным контентом в игре, например, получать бонусы или награды за просмотр видеороликов рекламодателя.

2. Аудио- и видеореклама. Рекламные ролики и аудиообъявления могут быть встроены в игровой контент, что предоставляет брендам возможность привлечь внимание игроков через мультипликацию или звуковое воздействие.

3. Спонсорство игровых событий. Бренды могут стать спонсорами игровых турниров, соревнований или виртуальных мероприятий. Это позволяет компаниям ассоциировать свое имя с популярными игровыми событиями и привлекать новых целевых потребителей.

В настоящее время нейросеть применяется почти везде – от развлекательных приложений до медицины и космической сферы. Не исключением стал и маркетинг.

Одна из самых интересных отраслей, вызывающая споры по поводу того, заменит ли ИИ художников, дизайнеров, писателей и других представителей творческих профессий. Нейросеть действительно может генерировать тексты, картинки и видео и даже создавать полноценные креативы.

- Генерация текстов

Нейросети могут создавать любые тексты – от заголовков новостей и карточек для маркетплейсов до научных диссертаций. Обычно на первый взгляд «искусственный» контент не отличить от созданного человеком. Однако при тщательном рассмотрении можно увидеть неточности – плохо читаемые обороты, неестественные выражения и даже фактические ошибки. Без редактуры можно использовать простые тексты, не требующие креатива или экспертных знаний. Если же задача сложная, тексты от ИИ лучше всего использовать как основу для дальнейшей обработки.

- Генерация идей

Еще одним вариантом применения нейросети является генерация идей. Например, они могут разработать контент-план, определить неочевидные категории целевой аудитории, придумать интересные варианты названий и заголовков.

- Создание изображений

С тех пор, как нейросети обучили работать с картинками, они стали настоящими профи в этой сфере. ИИ легко создает изображение по описанию, «рисует» фотореалистичную картину в любой стилистике, убирает или добавляет предметы с фото, увеличивает разрешение, реставрирует старые кадры – список возможностей

почти неограничен. Это хороший вариант создания бесплатного, не защищенного авторскими правами (уникального) контента: иллюстраций для сайтов и соцсетей, простых рекламных баннеров, фонов, текстур и даже логотипов и фирменных стилей.

- Запись аудиодорожек

ИИ достиг успеха и в сфере звукозаписи, «выпуская» каверы от известных музыкантов на песни, которые они не исполняли, озвучивая целые аудиокниги и реалистично подделывая голоса знаменитостей. Голосовые помощники Алиса, Маруся и Siri – тоже дело виртуальных «рук» нейросетей. В маркетинге этот навык можно использовать, например, для озвучки видеороликов, «участия» в рекламе в качестве одного из персонажей, для виртуального голосового помощника на сайте и в приложении или автоматических ответов при звонке на горячую линию перед переводом на реального оператора.

- «Оживление» фото и создание видео

Снимать полноценные фильмы и сериалы нейросеть пока не научилась, зато она отлично приводит в движение статичные объекты на картинке. Так, на фото человека она может добавить развевающиеся на ветру волосы, улыбку или моргание, на картинку с зимним лесом наложить падающий снег, а на изображение моря – бегущие волны. Такие живые снимки можно использовать как фон для сайта или в качестве акцентных элементов, которые привлекают внимание. Также их часто берут как фон для вертикальных роликов и Stories.

Рекомендации к созданию компьютерной рекламы:

1. Писать краткое и информативное объявление, которое легко усваивается и запоминается. Использовать простой и понятный язык, избегать сложных технических терминов;

2. Включать в рекламу четкий и убедительный призыв к действию, например: «Купить сейчас», «Зарегистрироваться бесплатно», «Узнать больше»;

3. Определить целевую аудиторию и понять их потребности, интересы и предпочтения.

## **Библиографический список**

1. Синяева И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жиль-

цов. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 552 с. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/511938>.

2. Global Games Market Report [Электронный ресурс] // Newzoo: [сайт]. – URL: [https://kibbutzpsicologia.com/wp-content/uploads/2022\\_Newzoo\\_Free\\_Global\\_Games\\_Market\\_Report.pdf](https://kibbutzpsicologia.com/wp-content/uploads/2022_Newzoo_Free_Global_Games_Market_Report.pdf).

3. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 335 с. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/535942>.

# Роль информационных технологий в современном мире

**Е. А. Пантелеева**

Омский филиал Финансового университета  
при правительстве Российской Федерации

*Научный руководитель — канд. психол. наук, доцент В. А. Шамис*

Информационные технологии имеют большое значение в современной жизни общества. Они встречаются во всех сферах жизнедеятельности. Они становятся неотъемлемой частью нашей культуры, экономики и общества в целом. В данной статье мы рассмотрим то, как информационные технологии изменили нашу жизнь и какое влияние они оказывают на нас в современном мире [1].

Информационные технологии можно сравнить с локомотивом поезда прогресса и инноваций. Они быстро внедрились в нашу повседневную жизнь и сейчас выступают в качестве стимула для дальнейшего развития во всех сферах жизнедеятельности [2]. Благодаря информационным технологиям мы имеем доступ к огромному объему информации в режиме реального времени, при этом находясь в любой точке мира. У нас есть возможность обмениваться мнениями и идеями, искать решения любых проблем, с которыми мы сталкиваемся в повседневной жизни. Больше не нужно тратить много времени на походы в библиотеки и поиск информации в книгах [3]. Ответы на все наши вопросы, в буквальном смысле, находятся у нас под рукой.

Информационные технологии сделали нашу жизнь существенно более удобной. Сейчас мы можем по одному нажатию заказать еду, одежду, лекарства, технику, да всё что угодно. Для этого не требуется почти никаких усилий, что значительно сокращает наше время.

Информационные технологии полностью перевернули представление о работе. Главным новшеством стала работа в удалённом формате. Она позволила сократить как денежные, так и временные ресурсы. Не нужно больше часами добираться на работу и с неё, не нужно тратить большие деньги на обслуживание офисов [3]. Теперь у нас есть возможность работать из любого места и в удобное для себя время.

Одним из наиболее важных плюсов информационных технологий является улучшение сферы коммуникаций. Раньше люди зависели от писем и телефонных линий. Сейчас мы имеем возможность общаться с человеком онлайн с любого места, где только есть интернет. Стоит отметить, что общение возможно не только в аудио режиме, но и визуально люди видят друг друга. Это значительно упрощает нашу жизнь.

Также информационные технологии внесли свой вклад в развитие сферы развлечений. С появлением социальных сетей мы начали наблюдать за жизнью других людей, разделять с ними свои эмоции и впечатления. Мы также можем рассказывать людям про себя, делиться своими жизненными событиями с ними. Мы можем завести новых друзей и знакомых в интернете и общаться с ними в мессенджерах.

Компьютеры и компьютерные игры стали неотъемлемой частью жизни миллионов людей. В этом небольшом гаджете можно найти много различных вещей для проведения досуга. Например, просмотр фильмов или сериалов в онлайн-кинотеатрах, прохождения интересных игр и многое другое.

Информационные технологии предоставили возможность для создания облачных хранилищ. Такие хранилища позволяют нам хранить и обрабатывать огромные объёмы данных. Больше не нужно бояться потерять свои фотографии и видео или любую другую важную информацию, стоит лишь скачать всё это в облачное хранилище, которое не занимает место на ваших гаджетах или внешних накопителях. Вы всегда можете заглянуть в облачное хранилище с вашего смартфона в режиме онлайн и найти всё то, что вам необходимо.

Что касается медицины, то здесь информационные технологии сыграли важнейшую роль в улучшении медицинского обслуживания. Врачи и медицинский персонал могут очень быстро получить доступ к историям болезней пациентов, их анализам и пройденному лечению [3]. Пациенты же могут онлайн записаться к врачу и больше не сидеть в очередях или даже проконсультироваться с врачом онлайн, не выходя из дома. Новые лекарства и новое медицинское оборудование также разрабатываются и совершенствуются благодаря информационным технологиям.

Роль информационных технологий велика и в экономике. Многие компании, тесно связанные с информационными техноло-

гиями, создают новые рабочие места и способы заработка. Продвигают и продают свои товары через интернет. Бизнес становится более масштабным, конкурентоспособным и распространяется по всему миру.

Однако информационные технологии имеют и свою негативную сторону. Например, использование компьютеров и телефонов вызывает зависимость от социальных сетей и интернета у большинства людей по всему миру. В дальнейшем она может привести к различным психологическим проблемам, в том числе и к депрессии. Также люди всё реже выходят на улицу и мало передвигаются, что приводит к ухудшению физического здоровья и нередко к проблемам с весом.

Живое общение между людьми стремительно снижается, люди предпочитают поговорить по телефону или просто написать сообщение в мессенджере. Личные встречи всё менее актуальны. Люди становятся более замкнутыми и недружелюбными. Отсюда следует кибербуллинг в интернете, люди пишут множество негативных комментариев, не задумываясь о последствиях.

В интернете часто происходит утечка личных данных. Хакеры взламывают аккаунты пользователей и крадут личную информацию. Зачастую информационной защиты, которая есть сейчас, не хватает для обеспечения полной безопасности и конфиденциальности пользователей и их личной информации [4].

Таким образом, информационные технологии имеют и свои плюсы и минусы, но всё равно они играют огромную роль в современном мире. Наша жизнь сильно изменилась в лучшую сторону с появлением информационных технологий. Но не стоит забывать, что их использование должно быть разумным и осознанным, чтобы избежать негативных последствий.

### **Библиографический список**

1. Малахова Д. С., Лукьянов М. А., Иваев М. И. Информационные технологии: роль, значение и опыт успешного применения в России // МНИЖ. – 2022. – № 6-1 (120). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-tehnologii-rol-znachenie-i-opyt-uspeshnogo-primeneniya-v-rossii> (дата обращения: 05.03.2024).

2. Щеткина И. А., Лига Е. М., Захаров М. А. Цифровая модель качества жизни // Гуманитарный вектор. – 2022. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-model-kachestva-zhizni> (дата обращения: 05.03.2024).

3. Нурпеисова Ж. С., Басанова З. М., Погудина В. А. Роль информационных технологий в жизни общества // Теория и практика современной науки. – 2016. – № 5 (11). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-informatsionnyh-tehnologiy-v-zhizni-obschestva> (дата обращения: 05.03.2024).

4. Чапкин Н. С. Информационные технологии в обеспечении безопасности // Этносоциум и межнациональная культура. – 2023. – № 181. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-tehnologii-v-obespechenii-bezopasnosti> (дата обращения: 05.03.2024).

# Виртуальные экскурсии: информационные технологии в науке и образовании

**А. С. Хмилевский**

Стахановский инженерно-педагогический институт  
(филиал) Луганского государственного университета  
им. Владимира Даля, г. Стаханов

*Научный руководитель — канд. пед. наук, доцент Н. В. Карчевская*

Интерактивный подход в обучении претерпел значительные изменения с появлением новых технологий, в частности, с распространением виртуальных экскурсий.

Виртуальная экскурсия представляет собой инновационный метод обучения, который активно использует возможности современных информационных технологий. Этот метод позволяет создать полноценное виртуальное пространство, в котором учащиеся могут исследовать объекты, места или явления без физического присутствия на месте. Такой подход не только увлекает студентов, но и способствует более глубокому и осознанному усвоению материала [1].

Важным преимуществом виртуальных экскурсий является их доступность. С развитием интернет-технологий и широким распространением компьютеров и мобильных устройств виртуальные экскурсии становятся доступными для широкого круга обучающихся. Это особенно актуально для образовательных учреждений, где не всегда есть возможность организовать полноценные выездные экскурсии из-за ограниченных ресурсов или времени.

Применение методов и форм интерактивного обучения требует со стороны преподавателя значительно больше активности и креативного подхода, по сравнению с традиционными формами проведения занятий.

Также стоит отметить, что виртуальные экскурсии могут быть адаптированы под разные предметные области и возрастные группы обучающихся. Они могут использоваться как в школьном, так и в высшем образовании для изучения истории, культуры, географии и многих других предметов. Виртуальные экскурсии становятся важным инструментом в арсенале педагогов, помогающим им создавать увлекательные и эффективные учебные среды.

Идея использования экскурсий в качестве метода обучения зародилась еще в конце XVIII века и стала популярной среди педагогов как средство развития наблюдательности и самостоятельности учеников. Ян Амос Коменский в своем труде «Великая дидактика» подчеркивал важность начала обучения с непосредственного опыта наблюдения за объектами. В педагогической литературе экскурсия рассматривается как нетрадиционное учебно-воспитательное занятие, которое проводится с целью достижения определенной образовательной или воспитательной цели, например, посещение музея, выставки, предприятия и т. д. Виртуальная экскурсия, в свою очередь, представляет собой современную организационную форму обучения, основанную на виртуальном отображении реальных объектов. Это дает возможность исследовать различные локации через экран ноутбука, планшета или смартфона. В рамках таких экскурсий учащиеся могут перемещаться по музейным залам, изучать различные пространства и познакомиться с интересующими объектами [2].

Одним из важных аспектов виртуальной экскурсии является ее роль в патриотическом воспитании. Она позволяет учащимся погрузиться в историю, традиции, культуру своего народа, а также ознакомиться с достижениями в области науки и техники.

Виртуальные экскурсии могут быть реализованы в различных форматах, каждый из которых имеет свои особенности и преимущества. С точки зрения технической реализации стоит выделить следующие типы:

- 360-градусные видеоэкскурсии. Этот тип экскурсий предоставляет участникам возможность исследовать окружающее пространство с помощью панорамных видеороликов. Участники могут вращать камеру вокруг оси и исследовать местность в любом направлении, создавая ощущение присутствия на месте.

- Виртуальные туры с использованием виртуальной реальности (VR). Эти экскурсии предоставляют учащимся возможность погружения в виртуальное пространство с помощью специальных VR-очков. Участники получают возможность «перенестись» на место экскурсии и ощутить себя там. Этот тип экскурсии обеспечивает максимально реалистичный опыт и позволяет учащимся полностью погрузиться в изучаемую тему.

- Интерактивные виртуальные туры. Этот тип экскурсий предлагает участникам возможность управлять своим путешествием и

выбирать направление движения. Они могут перемещаться по объекту, выбирать интересные точки для детального рассмотрения и взаимодействовать с различными элементами окружающей среды.

- Виртуальные реалистичные модели. Эти экскурсии представляют собой трехмерные модели объектов или мест, которые могут быть исследованы с разных ракурсов. Участники могут приближаться к объектам, поворачивать их и исследовать в деталях, получая глубокое понимание структуры и особенностей.

С точки зрения предоставляемой информации можно выделить следующие типы:

- Обзорные виртуальные экскурсии. Этот тип экскурсий объединяет элементы нескольких экскурсий в единую тему или тематический комплекс. Они предоставляют общий обзор по выбранной теме или предмету, позволяя учащимся получить широкий обзорный взгляд на изучаемый материал.

- Тематические виртуальные экскурсии. Такие экскурсии характеризуются наличием определенной темы, которая раскрывается во время экскурсии. Они позволяют углубиться в конкретные аспекты предмета или предметной области, обеспечивая более детальное изучение конкретных аспектов темы.

- Биографические виртуальные экскурсии. Экскурсии этого типа связаны с жизнью, творчеством и биографией знаменитых личностей. Они позволяют учащимся ближе познакомиться с жизненным путем и достижениями выдающихся людей в различных областях, способствуя развитию интереса к истории и культуре.

- Виртуальные экскурсии в музеи и галереи. Этот тип экскурсий позволяет учащимся посетить музеи, галереи и другие культурные учреждения, не выходя из классной комнаты. Они могут изучать произведения искусства, исторические артефакты и другие экспонаты, получая при этом дополнительные знания.

- Виртуальные экскурсии на природные объекты. Такие экскурсии позволяют учащимся исследовать различные природные места, парки, заповедники и другие природные объекты. Они могут изучать флору, фауну, географические особенности различных регионов, что способствует их экологическому образованию и пониманию окружающего мира.

Каждый из этих типов виртуальных экскурсий предоставляет учащимся уникальную возможность погружения в интересующую

тему и активного взаимодействия с материалом, способствуя более глубокому и осознанному усвоению знаний. Важно отметить, что классификация виртуальных экскурсий условна, и одна экскурсия может включать в себя элементы нескольких типов [3].

Подготовка виртуальной экскурсии включает ряд этапов, начиная с предварительной работы, где определяются тема, цели и выбираются объекты для экскурсии. Важным аспектом на этом этапе является чёткая формулировка темы, которая должна быть организована таким образом, чтобы объединить все элементы содержания в единое целое. Тема является основой, на которой строится вся экскурсия, и ее выбор зависит от потенциального спроса или конкретных требований.

Затем определяется цель виртуальной экскурсии, которая связана с идеей и направлена на достижение конкретных образовательных или воспитательных целей. Идея экскурсии, как ее замысел, должна быть четко сформулирована и соответствовать выбранной теме. Цели могут быть разнообразными, включая воспитание патриотизма, расширение кругозора или приобретение дополнительных знаний в различных областях.

Задача экскурсии состоит в том, чтобы достичь поставленных целей через раскрытие выбранной темы и продемонстрировать заранее подобранные объекты, обогатив при этом определенными впечатлениями. Важно, чтобы зрительный ряд экскурсии был построен таким образом, чтобы без подробного рассказа экскурсовода можно было раскрыть тему и достичь поставленных целей. Это позволит сделать экскурсию более наглядной и интересной для участников [4].

При разработке виртуальной экскурсии важно придерживаться определенных принципов, которые обеспечат её эффективность и целенаправленность. Одним из таких принципов является научность, что предполагает соответствие содержания экскурсии современным научным знаниям и теориям. Доступность материала для учащихся и логико-педагогическая последовательность также являются важными принципами, обеспечивающими эффективное усвоение информации.

Наглядность является ключевым принципом, так как средства обучения должны быть демонстрационными, иллюстрированными и живыми для формирования соответствующих ассоциаций у учащихся. Важным аспектом является связь теории с практикой, что

стимулирует активную деятельность учащихся и способствует формированию познавательного интереса и ответственного отношения к учению.

Виртуальная экскурсия обладает рядом преимуществ перед традиционными экскурсиями. Она позволяет посещать объекты, находящиеся за пределами обычных географических рамок, а также экономит время и ресурсы, позволяя посетить несколько мест за один урок. Автоматизация обработки информации и возможность интерактивного взаимодействия с материалом способствует эффективному усвоению знаний.

Виртуальные экскурсии становятся одним из наиболее эффективных и убедительных способов представления информации благодаря созданию иллюзии присутствия. Они представляют собой мультимедийные фотопанорамы, в которые интегрируются видео, графика и тексты. В отличие от обычных видео или фотографий, виртуальные экскурсии обладают интерактивностью, что делает процесс обучения более увлекательным и запоминающимся.

Эта инновационная форма учебной деятельности способствует не только усвоению предметных знаний, но также формирует коммуникативные, познавательные и регулятивные учебные действия. Кроме того, она способствует повышению интереса к изучаемым предметам и культурному наследию. Несмотря на то, что виртуальная экскурсия не может полностью заменить личное присутствие, она предоставляет достаточно полное представление об изучаемом объекте, позволяя учащимся погрузиться в его атмосферу и изучить детали в интерактивном режиме.

### **Библиографический список**

1. Храмова В. В. Виртуальная экскурсия – эффективная форма организации учебного процесса [Электронный ресурс]. – URL: <https://nsportal.ru/npspo/obrazovanie-i-pedagogika/library/2019/06/17/statya-virtualnaya-ekskursiya-effektivnaya-forma>.

2. Егорова А. О. Интерактивный метод обучения дистанционной технологии – виртуальная экскурсия [Электронный ресурс]. – URL: <https://solncesvet.ru/opublikovannyye-materialy/interaktivnyy-metod-obucheniya-distancio.12286356023>.

3. Клименко Т. М. Виртуальные экскурсии [Электронный ресурс]. – URL: <https://nsportal.ru/detskiy-sad/raznoe/2021/03/14/virtualnye-ekskursii>.

4. Деревянко О. А. Виды, способы создания виртуальной экскурсии [Электронный ресурс]. – URL: <https://infourok.ru/vidy-sposoby-sozdaniya-virtualnoj-ekskursii-4069779.html>.

# Применение нейронных сетей при создании детективных рассказов

**Е. К. Цой**

Гуманитарный колледж г. Омска

*Научный руководитель — канд. пед. наук, профессор О. Н. Лучко*

В современном мире, где технологии играют все большую роль в повседневной жизни, нейронные сети являются одним из самых захватывающих и перспективных направлений в области искусственного интеллекта. Они представляют собой класс математических моделей, вдохновленных биологическими нейронными сетями человеческого мозга и способных к обучению и обработке сложных задач. В статье мы рассмотрим основные принципы работы нейронных сетей, проблемы, а также практику применения.

Нейронные сети – технология, которая позволяет отдать некоторые задачи умным программам. Это метод искусственного интеллекта, который обучает программы обрабатывать данные и выдавать на их основе нужные результаты. Бизнес использует технологию, чтобы анализировать информацию, создавать креативы и тексты и даже обслуживать клиентов.

Нейросеть – это программа, которая работает по принципу нервной системы живого организма.

Человеческий мозг состоит из нейронов, которые соединены между собой синапсами. Последние – это пути, по которым клетки мозга получают и передают информацию. В итоге мозг принимает сигнал от раздражителя, обрабатывает его и решает, как действовать в какой-либо ситуации. Действие может быть рефлексорным или результатом сложного процесса рефлексии. В принятии решения играет роль опыт, который хранится в архивах памяти.

По похожему принципу работают нейронные сети: они получают вводную информацию, анализируют ее на большом массиве данных и выдают результат. Чем больше материала для обучения было у нейросети, тем точнее получается итог.

Умные программы обрабатывают большие массивы данных, генерируют контент и решают задачи любой сложности. Это позволяет использовать их в бизнесе, производстве, творчестве и повседневной жизни.

Нейросети экономят время и человеческие ресурсы. Они позволяют избежать ошибок из-за человеческого фактора, дают возможность больше заниматься креативными задачами. А еще – обходиться меньшим штатом, что важно для малого и среднего бизнеса.

Существует несколько типов нейронных сетей:

- Сверточные нейронные сети (CNN), которые используются для обработки изображений и видео.

- Рекуррентные нейронные сети (RNN), которые используются для работы с последовательностями данных, такими как текст или аудио.

- Глубокие нейронные сети (DNN), используются для решения сложных задач, таких как распознавание речи и изображений.

Создание детективных рассказов с помощью нейронных сетей – это достаточно новая и перспективная область применения искусственного интеллекта. Нейросети уже используются для генерации текстов, но их возможности в написании детективных историй еще предстоит изучить.

Сейчас нейросети могут анализировать большое количество текстов и использовать полученную информацию для создания новых историй. Они могут учитывать различные факторы, такие как стиль автора, жанр, сюжетные линии и т. д.

Кроме того, нейросети могут использовать алгоритмы машинного обучения для создания новых сюжетов и персонажей. Они также могут анализировать данные, чтобы определить, какие элементы сюжета наиболее популярны среди читателей.

Таким образом, использование нейронных сетей для написания детективных рассказов может быть очень полезным и интересным. Однако, пока еще рано говорить о том, насколько хорошо нейросети справляются с этой задачей.

Для изучения возможности нейронных сетей по созданию детективных рассказов я обратилась к нейронной сети ToolBaz.com.

Принцип работы заключается в том, что автор (в данном случае – я) описывает основные моменты и характеристики своего рассказа, выставляет нужный жанр, количество страниц, сведения о персонажах, а нейронная сеть (ИИ) из этого выстраивает рассказ.

Итак, для начала были заполнены пустые графы со своими пожеланиями, описав основную мысль текста и персонажей. После, загружаясь некоторое время, нейронная сеть выдала рассказ на основе изложенных требований.

Таким образом, мы убедились, что нейронные сети вполне могут использоваться для написания рассказов, но попробовав, мною было замечено, что присутствуют какие-то ошибки в построении текста и в орфографии, но это всё поправимо, поскольку цифровое общество и пространство развивается с каждым днём.

В нашей цифровой реальности нейронные сети играют большую роль, поскольку они значительно упрощают жизнь и задачи людей. С помощью этих сетей вполне возможно написать детективный рассказ, безусловно, не без ошибок и пробелов, но со временем и цифровизацией это поправимо.

### **Библиографический список**

1. Информационные технологии в юридической деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. М. Беляева, А. Т. Кудинов, Н. В. Пальянова, С. Г. Чубукова; ответственный редактор С. Г. Чубукова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 314 с. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/536860>.

2. Гаврилов М. В. Информатика и информационные технологии : учебник для среднего профессионального образования / М. В. Гаврилов, В. А. Климов. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 355 с. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/536598>.

3. Что такое нейросеть и как она работает? [Электронный ресурс]. – URL: <https://skillbox.ru/media/code/chto-takoe-neyroset-i-kak-ona-rabotaet/?ysclid=lugloj64vz738701314>.

4. Что такое нейросеть, как устроен человеческий мозг в цифре? [Электронный ресурс]. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/641157be9a7947d3401fa3e8>.

# ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ

---

## Бизнес-план по открытию студии маникюрного сервиса в г. Омске

**Л. И. Авраменко**

Омская гуманитарная академия

*Научный руководитель — канд. экон. наук, доцент А. И. Ридченко*

Маникюрный салон – это специализированный салон красоты, который в основном предлагает услуги по уходу за ногтями, такие как маникюр, педикюр и наращивание ногтей. Часто маникюрные салоны также предлагают услуги по уходу за кожей.

Как правило, клиенты выбирают салон красоты по следующим критериям: месторасположение, уровень сервиса, качество услуг, удобство коммуникации.

Подбор помещения осуществляется исходя из расположения целевой аудитории, а также общей проходимости выбранного места. Соответственно, наилучшим вариантом расположения салона маникюра является центр города: помещение, расположенное на улице Ленина, 31, город Омск.

Среди основных инструментов маркетинга используется активная контекстная реклама и ведение групп в социальных сетях.

Регистрация данного вида бизнеса происходит в качестве индивидуального предпринимателя. Оптимальная система налогообложения – ЕНВД (Единый налог на вменённый доход)

Срок окупаемости =  $598\,250 / 74\,500 = 9$  мес.

Точка безубыточности =  $285\,500 / 360\,000 - 3\,250 * 360\,000 = 288\,101$  руб.

Чистая рентабельность =  $74\,500 / 360\,000 = 0,20 = 20\%$ .

На успешность развития бизнеса влияют следующие факторы:

- интенсивный рост целевой аудитории;
- постоянный спрос на услуги, отсутствие сезонности;
- отсутствие необходимости получать специфические знания в этой отрасли для решения производственных и бизнес-задач;
- небольшие денежные вложения (до 1 млн);
- возможность дальнейшего расширения бизнеса;
- непростое вхождение в данную сферу, борьба за клиента в условиях конкуренции;
- необходимость постоянно следить за уровнем сервиса;
- поиск талантливых и квалифицированных мастеров.

Потенциальными клиентами студии маникюра будут являться девушки и женщины в возрасте от 15 до 65 лет. Наша студия будет рассчитана на клиентов, имеющих средний уровень доходов и уровень доходов ниже среднего – от 20 до 100 тыс. руб. в месяц. По данным статистики города Омска среднемесячный уровень доходов составляет 30 000–35 000 руб.

Услугами маникюрных салонов пользуются девушки и женщины в возрасте от 15 до 65 лет и мужчины, на долю которых приходится только 10 % от общего числа клиентов.

Все клиенты делятся на новых и постоянных. Среди постоянных посетителей отмечаются следующие группы: работающие молодые женщины; школьницы, студентки; мамы в декрете; женщины пенсионного возраста;

Основными конкурентными преимуществами салона являются:

- удобное месторасположение;
- наличие парковки;
- уютная атмосфера;
- высокий уровень сервиса;
- качественное ведение клиентской базы, сегментация клиентов по группам.

Сейчас маникюрные салоны предлагают широкий спектр самых разных услуг. Средний чек услуги составляет около 1000 рублей. Классический маникюр в салоне занимает от 40 минут до 1,5 часа, экспресс – около получаса. Популярные услуги: классический и аппаратный маникюр (480 руб.); мужской маникюр (400 руб.); детский маникюр (400 руб.); покрытие гель-лаком (50 руб. один ноготок); снятие гель-лака (110 руб.); наращивание ногтей (150 руб. один ноготок); дизайн ногтей (40-70 руб.); СПА-уход и массаж рук (350 руб.).

В дальнейшем услуги будут расширяться, добавляться новые методы обработки ногтей, увеличиваться ассортимент лаков и материалов.

Открытие маникюрного бизнеса необходимо проводить поэтапно, шаг за шагом реализуя все пункты плана. Выполнение каждого поможет снизить риски и избежать крупных ошибок. Провести анализ рынка, изучить целевую аудиторию. Выбрать формат (салон, кабинет, студия); составить бизнес-план; зарегистрировать бизнес, получить право на ведение деятельности; анализ и подбор помещения; ремонт помещения; закупить оборудование, инструменты и расходные материалы; найти персонал и сформировать штат сотрудников; проделать анализ региона, разработать маркетинг-план.

Прежде чем заняться бизнесом, необходимо зарегистрироваться и иметь право на ведение предпринимательской деятельности. Самый оптимальный вариант – оформить ИП. Для этого нужно обратиться в ФНС (Федеральная налоговая служба) по месту прописки с заявлением на регистрацию по форме Р21001, оплатить госпошлину в размере 800 рублей и предоставить копию паспорта. В заявлении необходимо указать вид деятельности из классификатора. В данном случае это будет код по ОКВЭД 93.02 – «Предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты». Рекомендуется выбирать УСН (упрощенную систему налогообложения), которая имеет массу преимуществ и позволяет значительно сэкономить на выплате налогов. Поэтому вместе документами нужно предоставить заявление о переходе на УСН в 3 экземплярах. Регистрация осуществляется в течение 3 рабочих дней и после ее завершения можно приступить к дальнейшим действиям: получить коды статистики; изготовить печать; открыть расчетный счет; приобрести кассовый аппарат; при наличии сотрудников встать на учет ПФР и ФСС в качестве работодателя; оформить сотрудников.

Кассовый аппарат является не обязательным приобретением для бизнеса на этапе его открытия, но понадобится в дальнейшем, так как все больше клиентов предпочитает оплачивать услуги безналичным расчетом. Стоимость кассового аппарата составляет 10 000 – 40 000 рублей.

Если ограничиться только регистрацией ИП, то затраты составят 800 рублей. Вместе с остальными услугами стоимость может превысить 2800 рублей без учета покупки кассового аппарата.

Перед проведением ремонтных работ необходимо ознакомиться с требованиями пожарной безопасности и Постановлением СанПиН 2.1.2.2631-10, чтобы сразу обеспечить необходимые условия для правильного функционирования заведения. Среди них обязательные: размер рабочего места не менее 4,5 кв. м; подводы горячей и холодной воды; отдельное место для дезинфекции инструментов; наличие пожарных датчиков, огнетушителей с пломбами.

Для запуска бизнеса необходима площадь маникюрного салона – около 30 кв.м. Кабинет для педикюра – 9 кв.м. Этой площади достаточно для размещения двух рабочих мест. Однако, на первое время будет установлено одно кресло для педикюра в целях экономии инвестиций и с учетом низкого спроса на услуги салона в первые 2-3 месяца после начала работы. Основной зал – 15 кв. м. Предполагается, что этой площади достаточно для формирования двух рабочих мест и комфортной зоны ожидания. В перспективе зону ожидания можно присоединить к ресепшену, а количество рабочих мест в основном зале увеличить до 4. На санузел следует выделить 2 кв.м., а для установки административной стойки ресепшена достаточно будет 5 кв. м.

Стоимость аренды составляет 20 000–60 000 рублей в месяц. Для обустройства может потребоваться ремонт и оформление дизайна помещения, который обойдется в 40 000–100 000 рублей.

В помещении должны быть коммуникации: вода, свет, канализация. Вода в процедурах не используется, но по СанПиНу в помещении должно быть две раковины: в одной моют руки, а во второй обрабатывают инструменты. К помещению есть санитарные требования:

- на всех рабочих местах маникюрных и педикюрных кабинетов должно быть комбинированное освещение: общее и местное;

- поверхности стен, потолков и полов, наружная и внутренняя поверхность мебели должны быть гладкими, легкодоступными для влажной уборки и устойчивыми к обработке дезинфицирующими средствами;

- у всех материалов – от плитки до водостойкой краски – должны быть документы, которые подтверждают, что использовать их безопасно.

Итого на аренду: примерно, 45000 рублей за помещение.

Можно найти хорошее помещение, в котором требуется только небольшой косметический ремонт, например, покраска стен, заме-

на плинтусов, двери. На это уйдет до 100 000 рублей. Сумму можно разбить: потратить сначала на покраску стен и замену плинтуса, а остальное доделывать после открытия. Салону маникюра на второй линии не нужна огромная вывеска – хватит метки на двери и небольшого светового табло в окне. На это понадобится примерно 5000 рублей. Обязательно нужно купить и повесить уголок потребителя внутри салона, он стоит около 2500 рублей.

Для зоны ожидания нужно купить напольную вешалку для верхней одежды (она дешевле шкафа) – 5000 руб.; диван – 20 000 руб.; зеркало – 15 000 руб.; подушки и аксессуары для создания уюта в салоне – 10 000 руб.; на мебель уйдет около 50 000 рублей.

Расходы на два рабочих места для маникюра обойдутся примерно в 102000 рублей. Плюс-минус пара тысяч на контейнерах, кремах и инструментах. Для педикюра нужно отдельное рабочее место – обычно это кресло для педикюра, аппарат, тележка и вытяжка. Лучше взять кресло подороже, например, трехмоторное – с ним мастер сможет регулировать положение тела клиентки, и не придется ничего поднимать вручную. Такое кресло стоит 70 000 рублей.

Еще нужно купить: стул для мастера – 5000 рублей; тележка для инструментов – 5000 рублей; аппарат для педикюра – от 12 000 до 100 000 рублей; вытяжка – 13 000 рублей. Еще нужно закупить линейку средств для педикюра, например, GoldenTrace за 20 000 рублей. Этого комплекта хватит на несколько месяцев.

Итого за рабочее место для педикюра с аппаратом по самой низкой цене – 55000 рублей. Инструменты нужно дезинфицировать в отдельной зоне. Для ее организации понадобятся: сухожар – 20000 рублей; ультразвуковая мойка – 5000 рублей; контейнер для дезинфекции, 4 штуки по 1000 рублей – 4000 рублей; рециркулятор воздуха – 8000 рублей; комод под оборудование – 5000 рублей. Итого на зону стерилизации – 42 000 рублей. Еще понадобятся: комод для хранения разных мелочей за 5000 рублей; форма для мастеров – по 5000 рублей за комплект, если шить на заказ. Палитра гель-лаков. Гель-лаки относятся к инвестиционным расходам – это как ассортимент товара в магазине.

Для открытия нужно закупить 100-150 цветов, а затем докупать понемногу каждый месяц. Из всей палитры ходовыми будут цветов 20, но лучше, чтобы у клиентов был широкий выбор. Еще нужно купить стразы (50 руб./шт.), стемпинг (400 руб./шт.), наклейки для

дизайна и палитры (100 руб./шт.), на которых показывают оттенки лаков. Получается: 150 гель-лаков по 450 рублей; 3 палитры на 50 цветов по 250 рублей; мелочи для дизайна – взять примерно на 50 000 рублей; настенный дисплей для хранения лаков – 8000 рублей. Лаки бывают нескольких категорий: люкс за 1200 рублей, средний сегмент за 450–600 рублей и бюджетные варианты по 250 рублей за баночку. Для начала стоит брать что-то из среднего сегмента. Итого на лаки и дизайн – 126 250 рублей. Еще понадобятся обезжириватель, средства для снятия лака и липкого слоя, антисептик для рук – тоже на 10 000 рублей – это первоначальная закупка, потом каждый месяц нужно докупать примерно на 2000 рублей.

Общие инвестиции для открытия салона маникюра – 598 250 рублей.

Каждый месяц салон маникюра будет тратиться на аренду, коммуналку и расходники: маски, перчатки, пилочки. Некоторые расходы, например, аренда и оплата интернета, не зависят от количества клиентов салона. А некоторые зависят, например, пилочки, маски, шапочки для мастеров.

Мы будем считать расходы при 80 % загрузки четырех мастеров: в день один мастер может обслужить 4 клиентов. При 100 % загрузке каждый мастер работает по 15 дней в месяц, получается:

$$4 * 4 * 15 = 240 \text{ клиентов в месяц.}$$

Но скорее всего загрузка будет ниже, посчитаем для 80 %:

$$240 * 0,8 = 192 \text{ клиента в месяц.}$$

То есть на месяц нужно будет закупить примерно 200 комплектов расходников.

Расходники для маникюра и педикюра. Сюда входят: перчатки, маски, апельсиновые палочки, безворсовые салфетки, пилки, щеточки, базы и топы, простыни для педикюрного кресла, колпачки для педикюра.

В расчете на 200 клиентов расходники обойдутся примерно в 20 000 рублей – по 10 000 рублей на маникюр и педикюр. Еще каждый месяц понадобится закупать обезжириватель, средства для снятия лака и липкого слоя, антисептик для рук – примерно на 2000 рублей. Итого – 32 000 рублей.

Нужно купить дезинфицирующие средства для обработки рук и инструментов, дезинфекции поверхностей, очистки инструментов от ржавчины – примерно на 5000 рублей.

В среднем 5 % оборота будет уходить на рекламу. Это реклама у блогеров, таргетированная реклама в инстаграме, расходы на подарки для конкурсов и работу мастеров для блогеров.

Если каждый месяц салон будет обслуживать 200 клиентов со средним чеком в 1800 рублей, список постоянных расходов будет таким: 285 500 – ежемесячные расходы салона маникюра.

Окупаемость салона маникюра зависит от двух вещей: количества клиентов и среднего чека. Для примера мы посчитали окупаемость для салона с 200 клиентами в месяц и средним чеком в 1800 рублей. Выручка получилось 360 000 руб. за месяц. Прибыль:  $360\ 000 - 285\ 500 = 74\ 500$  руб. Срок окупаемости =  $598\ 250 / 74\ 500 = 9$  мес. Точка безубыточности  $285\ 500 / 360\ 000 - 3\ 250 * 360\ 000 = 288\ 100$  руб. Чистая рентабельность  $74\ 500 / 360\ 000 = 0,20 = 20\ %$ .

Для оптимальной работы маникюрного салона требуется 4 мастера и 2 администратора. График работы каждого сотрудника – 2/2, в этом случае салон может оказывать услуги без выходных, что является несомненным плюсом. Обязательное условие – наличие санитарной книжки у работников. В обязанности мастеров входит: обслуживание клиентов, поддержание чистоты на рабочем месте, контроль над расходом материалов, выполнение всего спектра процедур.

При подборе кадров важно обратить внимание на квалификацию, профильное образование, фотографии работ, отзывы клиентов. Заработная плата зависит от дохода заведения и составляет 30 – 50%. Администраторы отвечают за запись клиентов, звонки, формирование клиентской базы, встречу посетителей, их расчет, поддержание чистоты в зале, ведение социальных сетей, выполнение поручений руководителя.

Заработная плата, фиксированная – 25 000 – 30 000 рублей. Первый мастер маникюра будет получать 25 000 руб. Администратор будет получать – 30 000 руб.

Клиентов может привлечь удачное расположение салона, а также мастер, к которому они с удовольствием пойдут на процедуру. Но это лишь малая часть от общего числа посетителей. Поэтому для успешного развития бизнеса требуется его эффективное продвижение и вложение средств в рекламу не только на первоначальном этапе, но и в дальнейшем.

Социальные сети. Создание сообщества во «ВКонтакте», «Одноклассниках» и др. Эти сервисы являются хорошими площадками

для рекламы салона, проведения привлекающих внимание конкурсов и акций.

Яркая и привлекательная вывеска. ≈5000 руб. Размещение баннера об открытии салона, информационного указателя, рекламного щита. ≈20 000 руб.

Участие в городских конкурсах, сотрудничество с салонами и модельными агентствами. Итого на рекламу – 25 000 руб.

Как и любой бизнес, сфера красоты и услуг не застрахована от рисков, которые могут сыграть негативную роль. На стабильность и успешное развитие влияет общая экономическая ситуация в стране и платежеспособность населения. С какими неприятностями может столкнуться предприниматель: снижение спроса на услуги; появление конкурентов; потеря арендного места; увольнение работника; халатное отношение сотрудников к выполнению обязанностей; конфликты с клиентом;

Большинство проблем можно избежать, если заключить долгосрочный договор на аренду, защитить свой бизнес в страховой компании, постоянно быть в курсе всего, что происходит в салоне, тестировать новые услуги, внимательно подбирать персонал, регулярно проводить рекламную кампанию и повышать квалификацию сотрудников.

### **Библиографический список**

1. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 18 мая 2010 г. № 59 «Об утверждении СанПиН 2.1.2.2631-10» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/12077129/?ysclid=moje7wzzg975816220>.

# Задачи, функции и принципы планирования

**Л. И. Авраменко**

Омская гуманитарная академия

*Научный руководитель — канд. экон. наук, доцент Н. Е. Алексеев*

В настоящее время можно выделить несколько определений планирования.

Н. Ю. Силаева: Планирование – это процесс постановки целей и определение того, что должно быть сделано для их достижения<sup>1</sup>.

И. В. Булава: Планирование – это вид управленческой деятельности по определению будущего системы, связанный с постановкой целей, выбором путей и способов их достижения, разработкой на этой основе планов (плановых заданий), распределением необходимых ресурсов<sup>2</sup>.

Л. И. Кариева, Д. М. Шакирова: Планирование – это вид деятельности, который направлен на определение цели, постановку задач и способов их достижения<sup>3</sup>.

Анализируя вышеперечисленные определения, можно выделить сходства и различия данных понятий. Главной составляющей всех определений является постановка целей, а также способы и пути ее достижения.

Рассмотрим цель и задачи планирования:

Цель планирования – составление проекта стратегий, действий и решений для будущего развития организации.

Чтобы сделать цели реальными, достижимыми, нужно планировать их с применением работоспособных алгоритмов действий и эффективных программ. С учётом данной тенденции, основные задачи планирования формулируются следующим образом:

1. Создание годового бюджета предприятия, включая определение целей и планов по основным направлениям деятельности.

2. Разработка операционного плана, включающего определение конкретных задач, сроков и ответственных лиц.

---

<sup>1</sup> [https://13-02-11umk.ru/lekzia\\_46.html?ysclid=Invosthwd6764212750](https://13-02-11umk.ru/lekzia_46.html?ysclid=Invosthwd6764212750)

<sup>2</sup> <http://www.fa.ru/org/dpo/vsgu/Documents/uslugi/07/7.18.2.pdf>

<sup>2</sup> <http://www.fa.ru/org/dpo/vsgu/Documents/uslugi/07/7.18.2.pdf>

<sup>3</sup> <https://cyberleninka.ru/article/n/pla-nirovanie-kak-funktsiya-menedzhmenta?ysclid=lnwodhixo630235412>

3. Планирование производственных мощностей и ресурсов, чтобы удовлетворить спрос на продукцию.

4. Планирование закупок и управление запасами, чтобы обеспечить бесперебойность производства и поставок.

6. Планирование кадровых ресурсов и управление персоналом с целью обеспечения эффективности работы коллектива.

Рассмотрим функции планирования на предприятии:

Планирование является первой общей функцией менеджмента. Эта функция предусматривает прогнозирование, определение целей, стратегии, политики и задач организации и включает, прежде всего, принятие обоснованных решений, четкого формулирования направления действий, составления планов и графиков работы на различные периоды, т. е. создаёт и обеспечивает основы для принятия интегрированных решений и является жизненно необходимым в каждой социально-экономической системе [2].

Планирование помогает установить приоритеты, определить ресурсы, необходимые для достижения целей, и разработать планы действий для их реализации.

Функция планирования включает в себя несколько этапов, таких как определение целей, анализ текущей ситуации, разработка стратегий, определение конкретных задач и составление планов действий. Она также включает в себя постоянное отслеживание и оценку результатов планирования [5].

Функция планирования позволяет организации быть готовой к изменениям внешней среды, прогнозировать будущие тенденции и принимать обоснованные решения на основе анализа данных [1].

Существует несколько видов принципов планирования:

1. Системности (единства). Этот принцип предполагает, что планирование на предприятии должно иметь системный характер. Система – совокупность элементов, имеющих строго упорядоченное взаимодействие элементов, как в пространстве, так и во времени и характеризуется единым направлением и поведением, ориентированным на общие цели.

2. Участия. Означает, что каждый член предприятия становится участником плановой деятельности, независимо от должности и выполняемой им функции.

3. Непрерывности. Процесс планирования на предприятии должен осуществляться постоянно в двух аспектах: 1. В рамках ус-

тановленного цикла 2. Разработанные планы должны непрерывно приходиться на смену друг другу. Прошел один год. Разрабатывается заново оперативный план. Составляется новый тактический и стратегические планы по принципу сквозного планирования.

4. Гибкости. Характеризует способность менять направленность в процессе планирования в связи с возникновением непредвиденных обстоятельств.

5. Точности. Характеризует, то, что планы должны быть конкретизированы в той степени, в какой позволяют внешние и внутренние условия деятельности предприятия. Резервы, запасы прочности не должны быть слишком большими.

6. Научной обоснованности. Данный принцип обеспечивается применением современных информационных технологий, прогрессивных процедур и методов плановой деятельности. Характеризуется тем, что процесс планирования должен являться творческим и с использованием имеющихся научных методов [4, с. 11-12].

В ходе работы была рассмотрена сущность планирования как важного инструмента управления предприятием. Отметим, что планирование является деятельностью, направленной на постановку целей и путей ее достижения, отражаемой в планах и определяющей будущее состояние объекта. В заключение можно отметить, что планирование является важным элементом управления предприятием, который позволяет достигать поставленные цели и решать задачи определенного вида [3].

### **Библиографический список**

1. Классификация планов [Электронный ресурс]. – URL: <https://studfile.net/preview/7137220/page:2/> (дата обращения: 28.10.2023).

2. Функция планирования в менеджменте. Понятие, сущность виды [Электронный ресурс]. – URL: <https://studfile.net/preview/6303533/page:57/> (дата обращения: 21.10.2023).

3. Ибрагимов А. Р. Роль планирования в повышении эффективности и конкурентоспособности предприятия // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2023. – № 3-2 (97). – С. 27-30. DOI:10.24412/2411-0450-2023-3-2-27-30.

4. Как организовать планирование деятельности предприятия [Электронный ресурс]. – URL: <https://assistentus.ru/upravlencheskij-uchet/planirovaniye-deyatelnosti/?ysclid=lp9ibxutw6294826733> (дата обращения: 09.11.2023).

5. Тухватуллина М. А. Планирование и проектирование организаций : учебное пособие / М. А. Тухватуллина. – Нижнекамск : Нижнекамский химико-технологический институт (филиал) ФГБОУ ВПО «КНИТУ», 2014. – 68 с.

# Направления развития рынка органической пищевой продукции региона: каналы реализации и стратегии их развития

**М. В. Агафонова**

Алтайский государственный аграрный университет  
*Научный руководитель — д-р экон. наук, профессор В. А. Кундиус*

Тенденции развития рынков продовольствия в современных условиях показывают приоритет в направлении увеличения спроса на органическую пищевую продукцию в связи с осознанием населением негативных последствий потребления пищевой продукции, выращенной и произведённой с применением химических минеральных удобрений, средств защиты растений, стимуляторов роста [1, 2]. А также обусловлены несколькими факторами: популяризация экологически чистой продовольственной продукции, недоверие к генетически модифицированным продуктам, популяризация здорового образа жизни населения и концепции «правильного питания» и другими факторами.

Алтайский край, как показывают научные исследования, располагает большим ресурсным потенциалом и технологическими возможностями для производства органической пищевой продукции и обеспечения высококачественным продовольствием населения. Однако процесс развития органического сельского хозяйства идет медленно в связи со сложностями с сертификацией органической продукции, рыночными возможностями и другими проблемами [3, 4, 5].

Одной из проблем является реализация готовой продукции – наличие разнообразных каналов ее сбыта и возможности рынка. Для того чтобы органическая продукция достигла своего непосредственного потребителя, необходимы эффективные каналы ее реализации. Каналы реализации органической пищевой продукции играют ключевую роль в соединении производителей такой продукции и потребителей, наиболее популярные каналы реализации органической пищевой продукции представлены на рис. 1.

Одним из основных каналов реализации органической продукции является розничная торговля. Органическая пищевая продукция таким способом реализуется потребителям «напрямую» в

собственном специализированном магазине, на сельскохозяйственном рынке, продовольственной ярмарке.



Рис. 1. Каналы реализации органической пищевой продукции

Каналы онлайн-торговли в интернет-магазине становятся все более популярными для реализации органической продукции. Интернет-магазины, специализированные платформы помогают производителям органической продукции достичь широкой целевой аудитории и реализовать свою продукцию через сеть Интернет.

Такой подход наиболее удобен для потребителя, так как позволяет быстро приобрести необходимую органическую пищевую продукцию, не выходя из дома. Это удобно для потребителей, которые не имеют возможности посещать фермерские рынки или супермаркеты, а также для производителей, которые могут сократить затраты на аренду магазина и персонал.

Кроме розничной торговли существуют оптовые каналы реализации органических продуктов. В этом случае органические пищевые продукты реализуются крупными партиями – производители органической пищевой продукции поставляют свою продукцию

непосредственно в рестораны, кафе или крупные торговые сети. Многие крупные розничные торговые сети стремятся включить в свой ассортимент органические продукты, чтобы удовлетворить растущий спрос со стороны потребителей. Это позволяет достичь более широкой аудитории и увеличить объемы продаж.

Таким образом, наличие разнообразных каналов реализации органической продукции играет важную роль в ее продвижении на рынке. Они обеспечивают доступность органической пищевой продукции для потребителей и большие возможности для производителей в расширении производства органической продукции на основе имеющегося ресурсного потенциала и разработанных учеными агробiotехнологий. В результате все большее количество населения сможет приобретать такую продукцию и становится постоянным потребителем, предпочитающим органическую пищевую продукцию. Необходимо развивать различные каналы реализации органической продукции, в частности открытие отделов органической продукции по аналогии с фермерской, в магазинах крупных торговых сетей, специализированные торговые лавки, магазины, кафе, рестораны, а также специфические каналы интернет-торговли.

Применение современных биотехнологий и развитие рыночных механизмов хозяйствования, новых каналов реализации органической продукции будут способствовать динамическому развитию сельских территорий, превращению отстающих территорий с их ресурсной основой и проведением диверсификации экономики агропромышленных регионов в активно развивающиеся.

### **Библиографический список**

1. Об утверждении Стратегии развития производства органической продукции в РФ до 2030 г.: Распоряжение Правительства РФ от 4 июля 2023 г. № 1788-р // Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/407297286> (дата обращения: 09.09.2023).

2. Российская Федерация. Законы. Об органической продукции и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации : № 280-ФЗ [Электронный ресурс]. – URL: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=318274/>.

3. Кундиус В. А., Зенков С. И. Перспективы и проблемы развития органического сельского хозяйства в Алтайском крае // Аграрная наука – сельскому хозяйству : Сборник материалов XVII Международной научно-практической

конференции, Барнаул, 09–10 февраля 2022 года. В 2 книгах. Книга 1. – Барнаул : Алтайский государственный аграрный университет, 2022. – С 117–120.

4. Kundius V., Kovaleva I. The development of export oriented agriculture: methods of region export potential assessment // E3S Web of Conferences 176, 05013 (2020) IDSISA 2020. – DOI: 10.1051 /e3sconf/202017605013 E3S Web Conf. Volume 176, 2020 International Scientific and Practical Conference “From Inertia to Develop: Research and Innovation Support to Agriculture” (IDSISA 2020).

5. Реестр алтайских производителей органической продукции // Управление Алтайского края по пищевой, перерабатывающей, фармацевтической промышленности и биотехнологиям [Электронный ресурс]. – URL: <https://upp.alregn.ru/info/organicheskaya-produktsiya/reestr-altayskikh-proizvoditeley-organicheskoy-produktsii/> (дата обращения: 28.02.2024).

# Искусственный интеллект в бизнесе: преимущества, риски и будущее

**С. А. Айвазиян**

Алтайский государственный аграрный университет

В наше время искусственный интеллект стал неотъемлемой частью современного бизнеса, внося значительные изменения в способы ведения предпринимательской деятельности. Этот постоянно развивающийся инструмент переопределяет стандарты эффективности и повышает конкурентоспособность компаний в различных отраслях. Однако, несмотря на многочисленные преимущества, существуют и риски, которые следует учитывать.

Искусственный интеллект (ИИ) – это технология, которая позволяет системе, машине или компьютеру выполнять задачи, требующие разумного мышления, эмулируя поведение человека. Этот процесс включает постепенное обучение на основе полученной информации и решение конкретных задач [1].

ИИ в бизнесе помогает автоматизировать рутину, обрабатывать массивы данных, прогнозировать решения, составлять отчеты и формировать выводы. Если раньше все это делал человек, то сегодня с данной работой гораздо лучше справляются машины.

Потенциал AI для бизнеса сложно переоценить. Компании, которые внедряют нейросети и технологии машинного обучения, повышают прибыль, улучшают производительность, демонстрируют свою конкурентоспособность и эффективность на рынке.

На практике искусственному интеллекту доверяют:

- решение рутинных задач и автоматизацию процессов;
- обеспечение кибербезопасности, защиту от утечки данных и мошенничества;
- оптимизацию производства с целью снижения затрат на энергию и сырье;
- прогнозирование трендов, спроса, поведения аудитории;
- создание контента, креативов;
- обслуживание клиентов, улучшение клиентского опыта.

И еще. Когда компания внедряет и активно использует технологии ИИ, это улучшает ее имидж в глазах клиентов, партнеров и

инвесторов. В малом и среднем бизнесе это реальное конкурентное преимущество [2].

Отрасли, в которые полезно внедрить искусственный интеллект:

– Логистика. Автоматизация системы складирования, координация процессов доставки, оптимизация маршрутов, прогноз прибыльных направлений и т.д.

– Маркетинг и ретейл. Исследование рынка и определение ЦА, анализ эффективности рекламных кампаний, прогнозирование спроса, оптимизация веб-сайтов для поисковых систем и т.д.

– Промышленность. Отслеживание состояния оборудования в реальном мире, минимизация вероятности простоя, выявление некачественной продукции, помощь в управлении производственными операциями и оптимизация производственных процессов.

– Сельское хозяйство. Снижение неэкономного расхода ресурсов и потерю урожая, помощь в управлении водными ресурсами и почвой, определение поведения животных, помощь в оптимизации моторесурсов сельскохозяйственной техники [3].

Преимущества искусственного интеллекта в бизнесе:

#### 1. Автоматизация бизнес-процессов:

Искусственный интеллект позволяет компаниям автоматизировать множество операций, что приводит к повышению производительности и снижению затрат. Процессы, требующие высокой степени рутинности, могут быть поручены ИИ, что освобождает человеческие ресурсы для более творческих и стратегических задач.

#### 2. Анализ данных и предсказательная аналитика:

Искусственный интеллект способен обрабатывать огромные объемы данных и выявлять в них закономерности, что позволяет бизнесу принимать обоснованные решения. Предсказательная аналитика на основе ИИ помогает предвидеть тенденции рынка, изменения в потребительском поведении и даже возможные проблемы внутри компании.

#### 3. Повышение качества обслуживания клиентов:

Искусственный интеллект применяется в чат-ботах, системах поддержки и персонализированных рекомендациях для улучшения опыта клиентов. Автоматизированные системы способны быстро реагировать на запросы, предоставляя точную и релевантную информацию.

#### 4. Разработка инноваций:

Благодаря алгоритмам машинного обучения, ИИ способствует созданию новых продуктов и услуг. Автоматическое обучение позволяет системам самостоятельно улучшаться и адаптироваться к изменяющимся условиям рынка.

Риски внедрения искусственного интеллекта в бизнес:

##### 1. Безопасность данных.

С увеличением объемов обрабатываемых данных возрастает и риск утечек и хакерских атак. Бизнес должен уделять должное внимание мерам безопасности, чтобы защитить конфиденциальность и целостность данных.

##### 2. Потеря рабочих мест.

Автоматизация, вызванная внедрением искусственного интеллекта, может привести к сокращению рабочих мест, особенно в тех сферах, где задачи могут быть легко автоматизированы. Это может стать вызовом для общества и требует разработки соответствующих социальных программ.

##### 3. Вмешательство правительства.

Правительства по всему миру начинают вводить регулирование в области искусственного интеллекта с целью снижения рисков и обеспечения ответственного использования данной технологии. Однако такие меры также могут увеличить риск для компаний, являющихся первыми пользователями ИИ, поскольку они могут столкнуться с запретами на определенные технологии или жесткими правилами относительно способов применения ИИ. В результате предприятия, которые оперативно внедряют ИИ в свою деятельность, могут рискнуть потерять значительные инвестиции, если выбранная ими технология не соответствует изменяющимся нормам и требованиям государства [4].

**Будущее искусственного интеллекта в бизнесе.** Искусственный интеллект будет продолжать трансформировать бизнес, становясь все более интегрированным и невероятно умным. Прогнозируется, что:

– Больше использование роботизации процессов. Роботизация процессов с использованием ИИ будет широко внедряться, освобождая человеческие ресурсы для более сложных задач.

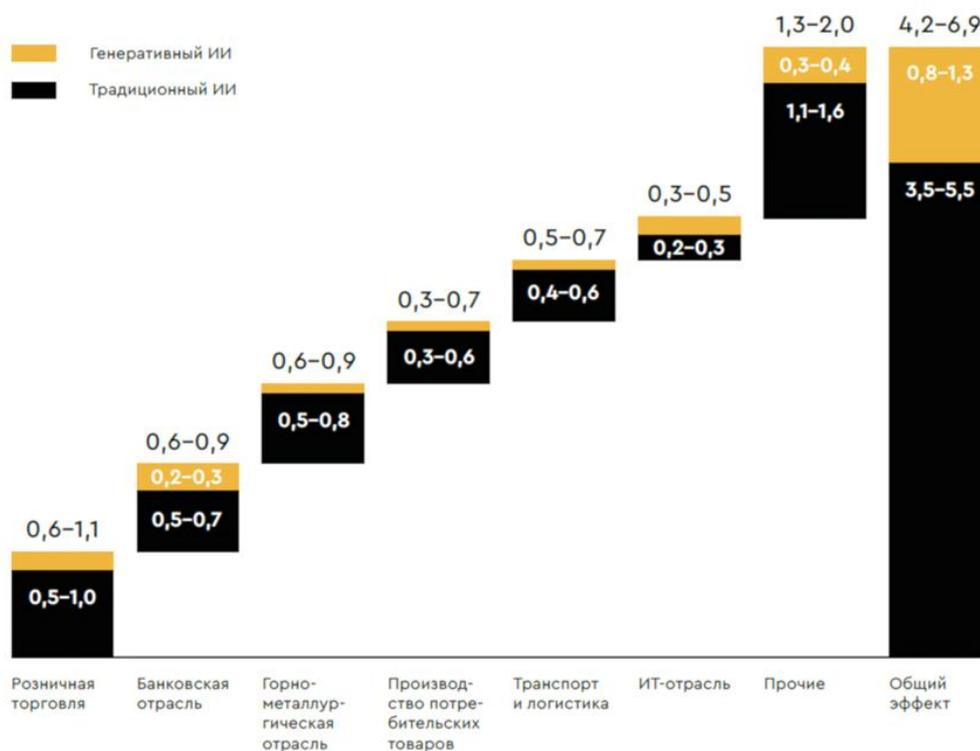
– Развитие автономных систем. Автономные системы на основе ИИ будут активно применяться в таких областях, как транспорт, производство и медицина.

– Более глубокая персонализация. С улучшением алгоритмов машинного обучения бизнес сможет предлагать более точные и персонализированные продукты и услуги, соответствующие уникальным потребностям.

**Искусственный интеллект в России.** В рамках исследования «Предприниматели России: исследовательский мониторинг», проведенного совместно компанией «Сбербанк», Министерством экономического развития России и Фондом «Общественное мнение», было установлено, что 45 % респондентов из числа представителей малого и микробизнеса применяют технологии искусственного интеллекта в своей деятельности, а 72 % используют их в личных целях. В течение последнего года предприниматели чаще всего внедряли решения для распознавания речи и ее перевода в текст (16 % упомянули это), автоматизации взаимодействия с клиентами (13 %), генерации текстов, изображений и видео (13 %), распознавания и анализа изображений (13 %), настройки рекомендательных систем, рекламы и рассылок (11 %), а также анализа данных и прогнозирования (11 %) [5].

К концу 2023 года в России приблизительно 20 % компаний используют генеративный искусственный интеллект (ГенИИ) для различных бизнес-задач. Из них 12 % определили приоритетные функции и сценарии для внедрения соответствующей технологии, а больше четверти (около 27 %) – точно экспериментируют с такими решениями. Об этом говорится в исследовании «Яков и Партнеры» и «Яндекса», результаты которого опубликованы в середине декабря 2023 года. Аналитики определили главные тренды и перспективы развития ГенИИ в РФ.

По итогам опроса эксперты пришли к выводу, что экономический потенциал искусственного интеллекта в России к 2028 г. составит 22–36 трлн руб. Около 70 % потенциала приходится на шесть ключевых для российской экономики отраслей, таких как транспорт и логистика, банкинг, ритейл, добывающая промышленность, производство потребительских товаров, ИТ-отрасль. Реализованный эффект от внедрения искусственного интеллекта к 2028 году может достичь 4,2–6,9 трлн руб., что эквивалентно влиянию на ВВП до 4 %. Из них 0,8-1,3 трлн руб. будут зависеть от генеративного искусственного интеллекта (рис.) [6].



Ожидаемый финансовый эффект от внедрения ИИ для экономики России, трлн руб. в год

Искусственный интеллект представляет собой мощный инструмент для современного бизнеса, который может значительно улучшить эффективность компаний и создать новые возможности для развития. Однако необходимо учитывать как преимущества, так и риски его использования. В будущем ИИ будет играть все более важную роль в бизнес-процессах, требуя от компаний гибкости, инноваций и готовности к изменениям.

### Библиографический список

1. Душкин Р. В. Искусственный интеллект / Р. В. Душкин. – Агентство искусственного интеллекта. – Москва : ДМК Пресс, 2019. – 279 с.
2. Екляшева О. В. Системы искусственного интеллекта в бизнес-аналитике : практикум / О. В. Екляшева. – Йошкар-Ола : ПГТУ, 2023. – 71 с.
3. Коваленко А. В. Искусственный интеллект в бизнесе: анализируем и применяем / А. В. Коваленко, Е. В. Казаковцева. – Москва : Ай Пи Ар Медиа ; Алматы : EDP Hub (Идипи Хаб), 2023. – 347 с.
4. Абсалямова Г.Ф. Преимущества и риски ИИ в бизнесе и рынке труда / Г. Ф. Абсалямова, Р. И. Рафиков // Скиф. Вопросы студенческой науки. –2023. – № 5 (81). – С. 434–438.

5. 45 % предпринимателей используют искусственный интеллект в работе [Электронный ресурс] // CNews.ru. – URL: [https://www.cnews.ru/news/line/2023-09-21\\_45\\_predprinimatelej\\_ispolzuyut?ysclid=ln8ezroe90860430231&roistat\\_visit=220090](https://www.cnews.ru/news/line/2023-09-21_45_predprinimatelej_ispolzuyut?ysclid=ln8ezroe90860430231&roistat_visit=220090).

6. 20 % крупных российских компаний уже используют генеративный искусственный интеллект [Электронный ресурс]. – URL: <https://yandex.ru/company/news/01-18-12-2023>.

# Чистая энергия – залог светлого будущего

**В. С. Алехин**

Омская гуманитарная академия

Стремительное развитие современного мира ведёт к увеличению спроса на энергию. В условиях нынешней внешнеполитической ситуации необходимость создания новых и наращивания существующих производственных мощностей актуализирует проблемы энергодефицитности и энергобезопасности регионов Юго-Западной Сибири.

Электроэнергетика является базовой отраслью российской экономики, обеспечивающей электрической и тепловой энергией внутренние потребности народного хозяйства и населения, а также осуществляющей экспорт электроэнергии в страны СНГ и дальнего зарубежья. Если обратить внимание на регионы-соседи Омской области, то можно заметить общую проблему с достаточно большим процентом дефицита производимой электроэнергии и неспособностью покрыть даже внутренние потребности. За последние десятилетия показатели энергообеспеченности данных регионов варьировались в диапазоне 5 %, как в положительную, так и отрицательную стороны относительно значений, указанных на карте (рис. 1) [1].

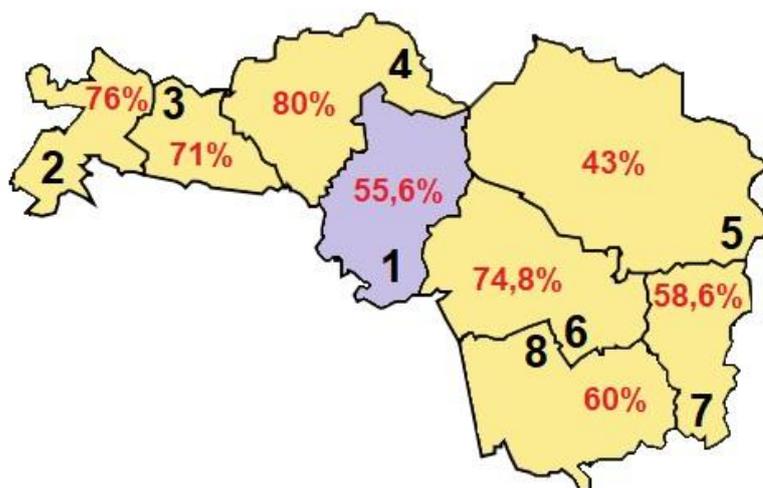


Рис. 1. Энергообеспеченность регионов Юго-Западной Сибири.

- 1 – Омская область; 2 – Челябинская область; 3 – Курганская область;  
4 – Тюменская область; 5 – Томская область; 6 – Новосибирская область;  
7 – Кемеровская область; 8 – Алтайский край.

Рассмотрим вариант решения данной проблемы на примере Омской области. При углублении в вопрос приходит понимание, что речь идёт не только о том, что нужно дать больше мощности здесь и сейчас, а о редкой возможности заложить глобальные изменения в энергетическую политику региона на десятилетия вперед. В настоящий момент основу омской генерации составляют Омские ТЭЦ-3,4,5 – две из которых работают на высокосолевым угле с большим количеством примесей. Суммарная установленная мощность электростанций в настоящий момент составляет: 1565 МВт, но технологический процесс не позволяет станциям нести максимальную нагрузку непрерывно, поэтому средние показатели любой ТЭЦ гораздо ниже установленного максимума и увеличение их мощностей будет не самым эффективным способом решения проблемы энергодефицита в регионе [2].

Альберт Эйнштейн, лауреат Нобелевской премии по физике: «Если вы преуспеее в использовании открытий ядерной физики на благо мира, это распахнет дверь в новый земной рай» [3]. Получить значительный прирост мощностей – в несколько раз, при минимальном отрицательном воздействии на окружающую среду позволит размещение на территории омской области двухблочной атомной электростанции на базе реакторов ВВЭР-1200. «Реактор ВВЭР-1200 российского дизайна на сегодняшний день является самым безопасным в мире. При разработке учитывались даже маловероятные гипотетические события. В проекте реализован полный комплекс технических решений, позволяющих обеспечить безопасность АЭС и исключить выход радиоактивных продуктов в окружающую среду» – из комментария ОАО «Концерн Росэнергоатом» [4].

Ежегодная выработка одного энергоблока ВВЭР-1200 составляет более 8,5 миллиардов кВт/ч [5]. Ежегодное электропотребление Омской области в последние десять лет варьируется в диапазоне 10-12 млрд. кВт/ч. Таким образом ввод Атомной электростанции в эксплуатацию позволит не только полностью закрыть нынешние потребности региона, но и превратит его в донора электрической энергии, откроет перспективы к расширению существующих и созданию новых промышленных предприятий за счёт снижения стоимости электроэнергии.

Важным благоприятным фактором для строительства объекта атомной генерации является то, что с 2005 года на территории Ом-

ской области не было зафиксировано сейсмических волн магнитудой превышающей 1 балл, по данным природного мониторинга. Территориально станцию можно было бы расположить вблизи больших крутинских озёр и присвоить проектное наименование «Крутинская АЭС».

Венгерский инженер-энергетик Жолт Фархш: «Ни строительство, ни эксплуатация электростанции не влияют на биоразнообразие окрестностей, включая орнитофауну и ихтиофауну. Защитная зона вокруг АЭС обеспечивает полный покой для дикой природы. Также важно отметить, что атомная электростанция не выделяет углекислый газ и другие загрязняющие вещества во время своей работы, поэтому ее эксплуатация не влияет на качество воздуха» [6].

В период её строительства, который займёт от 7 до 10 лет, будет подготовлена инфраструктура для включения электростанции в единую энергосистему России. Для этого будет увеличена мощность подстанций «Называевская», «Юбилейная» и «Лузино» с повышением класса напряжения до 500 кВ. Также будут построены ряд ЛЭП 500 кВ: «Крутинская АЭС – Называевская», «Называевская – Юбилейная», «Юбилейная – Лузино», «Лузино – Таврическая» (рис. 2).

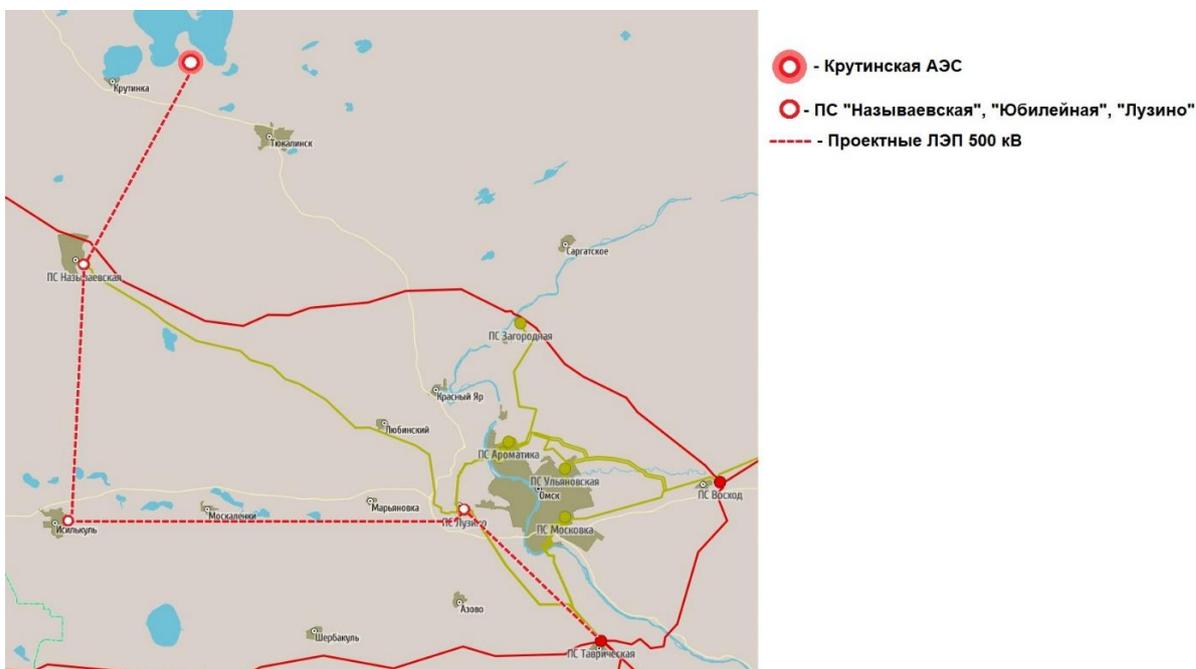


Рис. 2. Проект включения Крутинской АЭС в единую энергосистему России

Радикальное решение вопроса электросамодостаточности – хорошо, но перед областным центром – городом-миллионером, расположенным в резко континентальном климате, стоит не менее важная задача – модернизации и увеличение надёжности систем теплоснабжения. Последние двадцать лет многие исследователи и политики продвигают идеи перевода Омских ТЭЦ-4 и ТЭЦ-5 на газ. Новый губернатор Омской области Виталий Хоценко дал следующий комментарий: «Существенно решить проблему с выбросами и обеспечением безопасности теплоснабжения можно переводом на газ. Об этом говорят очень давно, но сегодня уже есть подвижки. Мы обсуждаем с правительством РФ, «Интер РАО», чтобы модернизировать эти объекты. Это большие деньги, по предварительным расчетам, на ТЭЦ-4 и ТЭЦ-5 нужно больше 10 млрд рублей».[7]

При этом есть иной путь, который будет более трудоёмким, но более целесообразным по ряду причин. Например, Профессор ОмГУПС, эколог и урбанист Сергей Костарев предлагает такой вариант решения вопроса теплоснабжения Омска: «Единственный выход, который я вижу, – это полностью заменить систему теплоснабжения в городе Омске. Это программа не на год, не на два, а на десятилетия. Но мы все равно рано или поздно к этому придем. Нужно поделить город на сектора и строить небольшие газовые котельные, может быть, даже на крышах домов – как в Амуре-2. Конечно, это требует хорошей экономической проработки. Это может быть дороже, чем сейчас, но вопрос, скорее, в том, готовы ли омичи платить за собственное здоровье или не готовы» [8].

Строительство сети газовых котельных по равномерно распределённым секторам города позволит перейти от обслуживания невероятно протяжённой и неповоротливой системы теплоснабжения большого числа потребителей, привязанных к одному теплоисточнику, к обслуживанию локальных более продуманных и энергоэффективных теплотрасс. Новые котельные будут построены с запасом мощности, а теплотрассы соседних секторов, связанные между собой, будут обладать возможностью получения резервной подпитки при возникновении крупной аварийной ситуации на собственном теплоисточнике. Таким образом, появится более гибкая система для локализации аварийных ситуаций и нивелирования их последствий для потребителей. Более компактные локальные контуры теплоснабжения при должном укомплектовании штата всех об-

служивающих структур будут эксплуатироваться с большей эффективностью ввиду фокусировки каждого подразделения на определённом секторе ответственности.

При успешной реализации проектов по строительству Крутинской АЭС, включению её в единую энергосистемы и по мере введения в эксплуатацию микрорайонных газовых котельных на территории Омска начнёт снижаться нагрузка на ТЭЦ. Заключительной стадией станет вывод из эксплуатации устаревшего оборудования и закрытие теплоэлектроцентралей на глобальную реконструкцию с разработкой новой концепции дальнейшей эксплуатации.

Подводя итоги по предложенной программе развития энергетической самодостаточности и безопасности Омской области, отметим основные цели, которые будут достигнуты по завершении проекта:

- Выработка электрической энергии возрастёт с 7 млрд. кВт/ч до 17 млрд. кВт/ч в год.

- Область приобретёт статус энергетического-донора, что в связи с выгодным географическим положением приведёт к возможности реализации своего продукта с низким уровнем потерь при его передаче, как в соседние энергодефицитные регионы России, так и за рубеж: Китай и Казахстан.

- Создание зоны сниженного тарифа на электроэнергию для привлечения инвестиций в новые энергоёмкие производственные объекты и развития существующих предприятий.

- Переход к более надёжной системе теплоснабжения Областного центра с полностью обновлёнными коммуникациями.

- Отказ от угольной энергетики и значительное снижение отрицательного воздействия на окружающую среду.

Это далеко не полный список положительных изменений, которые могут настичь Омск. Например, ожидаемым результатом станет решение давней проблемы, связанной с оттоком населения из региона. Встав на уверенный курс, устремлённый в будущее, Омская область наконец-то покажет демографический рост. Как миграционный, так и естественный.

## **Библиографический список**

1. Рейтинг регионов по уровню энергодостаточности [Электронный ресурс]. – URL: <https://riarating.ru/regions/20220315/630218945.html> (дата обращения: 03.03.2024).

2. О Программе развития электроэнергетики в Омской области на 2020–2024 годы [Электронный ресурс]. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/570974985/titles/EIAS9P> (дата обращения: 03.03.2024).
3. Российская атомная отрасль: две семерки на счастье [Электронный ресурс] // Росатом – URL: <https://rosatom.ru/journalist/smi-about-industry/rossiyskaya-atomnaya-otrasl-dve-semerki-na-schaste/> (дата обращения: 03.03.2024).
4. Под Петербургом запущен самый мощный в стране ядерный реактор ВВЭР-1200. Как он работает [Электронный ресурс] // Life. – URL: <https://life.ru/p/1343504> (дата обращения: 03.03.2024).
5. Генерация электроэнергии [Электронный ресурс] // Росатом – URL: <https://www.rosatom.ru/production/generation/> (дата обращения: 03.03.2024).
6. АЭС и охрана водоемов. Назревшие вопросы [Электронный ресурс] // Газета.uz. – URL: <https://www.gazeta.uz/ru/2019/03/27/water-ecology/> (дата обращения: 03.03.2024).
7. Глава Омской области заявил, что для перевода ТЭЦ на газ нужны более 10 млрд рублей [Электронный ресурс] // ТАСС. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/19962083> (дата обращения: 03.03.2024).
8. Энkvист. С.«Прячут деньги за углем»: почему омские ТЭЦ не переводят на газ? [Электронный ресурс] // Омск-Информ. – URL: <https://omskinform.ru/news/173516> (дата обращения: 03.03.2024 г.).

## **Бизнес-план тематической кофейни**

**А. Д. Баранова**

Омская гуманитарная академия

*Научный руководитель — канд. экон. наук, доцент А. И. Ридченко*

Целью проекта является открытие кофейни «Платформа 9 ¾» в городе Омск. Создание кофейни планируется осуществить на территории, расположенной по адресу проспект Мира,19. В настоящее время там находится торговый центр, согласно которому помещение площадью 30 кв. метров в центре, будет взято в аренду сроком на 5 лет. Данное помещение нуждается в минимальном ремонте, т. к. по бизнес-плану нужен определенный стиль.

Как известно, успешность кофейни на 50 % зависит от удачного месторасположения. Согласно мониторингу данное расположение кофейни является наиболее благоприятным, так как рядом расположены офисы крупных компаний. Многие сотрудники этих компаний предпочитают посидеть в кофейне с ноутбуком, т. к. могут работать удалённо, сидя в кофейне. Также в данном районе расположено достаточно большое количество лечебных центров, университетов.

В интерьере – акцент на сериал «Гарри Поттер». Делается ставка на безупречный сервис, оригинальное оформление предлагаемых напитков, дизайн помещения.

Концепция кофейни «Платформа 9 ¾» – отличный кофе, приготовленный по оригинальным и классическим рецептам, необычный дизайн. Планируется заключить соглашение с итальянской фирмой Nuova Simonelli, закупить оборудование для успешного функционирования кофейни.

Кофейня «Платформа 9 ¾» представляется в таком виде, когда посетителю предлагают несколько сортов кофе, чая и определённые кондитерские изделия. Кофейня будет заниматься реализацией кофесодержащих напитков и чая. Напитки будут высокого качества и сварены по оригинальной рецептуре.

Основные виды напитков: флэт уайт (двойная порция эспрессо с добавлением нагретого паром молока с небольшим количеством пенки); эспрессо – классический вкус; американо эспрессо, смешанный с горячей водой, сваренный для гурманов; лунго – свежеприготовленный эспрессо, но с увеличенным количеством воды, благода-

ря большей длительности пролива; кофе латте эспрессо, смешанный с теплым молоком, с бархатистой молочной пенкой сверху; капучино эспрессо с гладкой молочной пеной сверху; двойной эспрессо – эспрессо в двойном объеме; раф кофе – взбитая в капучинаторе смесь из чёрного кофе и сливок, приправленная ванильным сахаром; иммерсия полное погружение молотого кофе в воду и его «настаивание», таким образом происходит постепенная экстракция веществ из кофе в воду; пуровер – метод заваривания фильтр-кофе, при котором горячая вода проходит через молотый кофе, находящийся в специальной воронке с бумажным фильтром; лавандовый раф – кофейный напиток на основе эспрессо, цветков лаванды и сливок; масала чай – индийский чай со специями на основе молока.

По данным проведенного социологического опроса наиболее популярными кофесодержащими напитками для жителей Омска являются американо и капучино, стоимость которых варьируется от 100 до 350 рублей за чашку.

По результатам исследования потребительских предпочтений кофеен, около 52 % опрошенных (посещающих кофейни) бывают в кофейнях несколько раз в месяц, 35 % – почти каждый день, 20 % – раз в неделю. Число тех, кто впервые зашел в кофейню, совсем невелико, около 3 %. Это может означать, что круг любителей провести свое время в кофейне практически сложился. 39 % респондентов посещают кофейни в любое/разное время, 26 % – вечером, 16 % опрошенных – во время обеда. Утро же, как отдельный вариант ответа, оказалось на самом последнем месте (4 %). Складывается впечатление, что для большинства жителей города кофейни не стали тем местом, куда можно забежать перед началом рабочего дня, чтобы выпить кофе. Они по-прежнему остаются неким элементом досуга. В России, несмотря на свободное употребление вина и более крепких напитков, кофе так же очень популярен. Сегодня рынок кофе в России можно считать сформированным, но при этом количество кофеен растёт с каждым днём. Одной из важных тенденций на сегодняшний день является тот факт, что потребитель стал более требовательным не только к качеству кофе, но и к качеству обслуживания и интерьеру кофейни. Таким образом, рост рынка кофе, несмотря на активность его участников, был задержан низкой покупательной способностью населения, кризисными явлениями на финансовом рынке и рядом «технических трудностей» (налогообложение, таможенные

трудности, сбои поставок и др.), связанных с ведением кофейного бизнеса. Согласно большинству экспертных оценок, общий размер рынка кофе за последний год увеличился в среднем на 11–15 %.

Основными конкурентными факторами на рынке услуг, имеющих социально-культурную направленность, в настоящее время являются: цена, качество предлагаемых услуг. При этом для разных групп потребителей, преобладающими являются разные факторы. Фактор цены является основным для потребителей со средним уровнем достатка, испытывающих потребность в услугах социально-развлекательного характера. Качество услуг более важно для потребителей с высоким уровнем доходов, нуждающихся, прежде всего, в повышенном уровне обслуживания.

Так как внешняя и внутренняя среда изменяются под воздействием деятельности предприятия, так и других факторов, то необходимо выявить ограничения, сильные и слабые стороны предприятия в изменяющейся среде. И на основе полученных результатов предприятие должно внести изменения в выбранную стратегию. Выявить и соотнести между собой ограничения и возможности, сильные и слабые стороны предприятия поможет SWOT-анализ (табл.) [1].

	Конкурент 1 COFFEE ANYTIME	Конкурент 2 Skuratov	Кофейня «Платформа 9 ¾»
Сильные стороны	Современное оборудование широкий ассортимент, Хорошая репутация у посетителей, приветливый персонал, полноценное кафе	Постоянные клиенты, удобное расположение, помимо напитков есть закуски, хорошая репутация	Средние цены на высококачественный кофе, удобное расположение, хороший ассортимент кофейных напитков, вежливый персонал
Слабые стороны	Среднее качество продукции, завышены цены	Высокие цены; нехватка рабочего персонала из-за высокого уровня обслуживания	Отсутствие постоянных клиентов
Возможности	Проведение рекламной кампании, улучшить качество продукции	Проведение рекламной кампании, улучшить навыки персонала	Расширение базы постоянных клиентов, привлечение инвесторов
Угрозы	Возможность появления новых конкурентов, неудовлетворенность клиентов качеством продукции	Неудовлетворенность клиентов качеством продукции, изменение потребительских предпочтений	Изменение потребительских предпочтений, появление новых конкурентов.

Итак, из проведенного анализа можно сделать вывод о том, что кофейня будет конкурентоспособна на данном рынке и сегмент потребителей разнообразен.

Создаваемая кофейня ориентирована прежде всего на потребителей с высоким и средним уровнем достатка, испытывающих потребность в предоставлении качественных услуг данного сегмента рынка. В соответствии с проведенным анализом существующего рынка аналогичных видов услуг можно условно выделить следующие основные группы потенциальных потребителей: жители расположенных рядом домов; сотрудники близлежащих офисов; студенты; гости города, туристы.

Здание, в котором будет находиться кофейня «Платформа 9 <sup>3</sup>/<sub>4</sub>», еще не сильно охвачено предприятиями кофе изготовления, оказывающими услуги питания, и конкуренции там не так много. Ближе всех к кафе расположены магазины одежды, офисы с огромным количеством сотрудников, различные лечебные центры и множество клиник, соответственно – с потенциальными клиентами кофейни. Главной целью проектируемого предприятия является создание и открытие кофейни с инновационным стратегическим ходом, направленным на дизайн. Главной стратегией предприятия является комплексная стратегия по предоставлению продукции более высокого качества и по более низким ценам. Исходя из этого, стратегией маркетинга избирается стратегия расширения спроса за счет стимулирования объема продаж, ценовой политики и неценовых факторов конкурентной борьбы, создания положительного имиджа кофейни.

Ценообразование в фирме будет строиться по принципу: цена должна покрывать все издержки. Исходя из целей и стратегии маркетинга, а также с учетом эластичности спроса, установление цен будет осуществляться методом «издержки + прибыль», с учетом величины ожидаемого спроса и поведения конкурентов.

Реклама будет заключаться в фишки кофейни. Самый же продуктивный вид рекламы – вторичная, передаваемая клиентом другим людям (родственникам, знакомым, коллегам). Если клиент доволен работой кофейни и качеством кофе, уютной, нестандартной атмосферой, то он всегда придет еще и, возможно, не один.

Кофейня «Платформа 9 <sup>3</sup>/<sub>4</sub>» располагает помещением площадью 30 кв. м. Договор аренды, заключаемый на 5 лет, включает в себя расходы по коммунальным платежам. Таким образом, затраты

на аренду в год составят: 300 000 руб. \*12 = 3 600 000 рублей, расходы на дизайн интерьера (включая мебель на 22 посадочных места и барную стойку) составил 300 000 руб. Поставщиками кофе и других ингредиентов для приготовления кофейных напитков будут являться те компании, с которыми работают конкуренты сетевых кофеен с высокой репутацией и узнаваемостью.

Основным видом деятельности «Платформа 9 ¾» является реализация кофейных напитков.

Процесс реализации кофейных напитков состоит из следующих действий: прием заказа; приготовление напитка; подача заказа.

Процесс приготовления чашечки кофе составляет 1-3 минуты.

Ежегодный размер расходов на ремонт, эксплуатацию оборудования будет составлять 5 % от стоимости оборудования, т. е. 14754,8 руб. Средний срок полезного использования данного оборудования 3 года (36 месяцев).

Сюда же стоит включить затраты на оформление кофейни и мебель – 150 000 рублей. Норма амортизации по оборудованию при линейном методе начисления =  $(1: 36) * 100 \% = 2,78 \%$  в месяц и 32 % в год. Амортизацию разбиваем на 3 года.

Амортизационные отчисления составляют  $0,0278 * (295\ 096 + 150\ 000) = 12373$  руб. в месяц и 148 484 руб. в год.

Итого сумма постоянных издержек в год составляет:  $148\ 484 + 14\ 754 + 3\ 600\ 000 = 3\ 763\ 238$  руб.

Предприятие при имеющемся оборудовании и персонале может реализовывать около 130 чашек кофе в день. В год будет реализовываться 47 450 чашек кофе. По приблизительным данным, средний чек составляет 300 рублей, в среднем количество чеков 130.

Таким образом, полная себестоимость реализуемой продукции = постоянные издержки + переменные (издержки+зарплата) =  $3\ 763\ 238 + 2\ 609\ 750 + 2\ 499\ 840$  руб. = 8 872 828 руб. Средняя стоимость 1 чашки кофе = 187 руб.

Средняя цена 1 чашки = 250 р.

*Планируемые показатели деятельности предприятия в год.* Определим выручку от реализации продукции предприятия по следующей формуле:

$$BP = Ц \times K,$$

где: Ц. – цена реализации продукции, руб.;

К – количество реализованной продукции, ч.

$ВР = 250 * 130 * 365 = 11\ 862\ 500$  (руб.)

Этот показатель у нас является валовым доходом.

Валовая прибыль:

$$ВП = ВР - С.$$

Где: С – полная себестоимость реализованной продукции, руб.

$ВП = 11\ 862\ 500 - 8\ 872\ 828 = 2\ 989\ 672$  (руб.)

Тогда чистая прибыль:

ЧП = ВП – налог на прибыль.

$ЧП = 2\ 989\ 671 - 597\ 934 = 2\ 391\ 737$  (руб.)

Рентабельность производства определим по формуле:

$$P = \frac{ЧП}{ВР} * 100\% / ВР.$$

Тогда

$P = 2391737 / 11862500 * 100\% = 20,16\ \%$

Таким образом, проект можно считать рентабельным, так как чистая прибыль в месяц составляет 199 311 руб.. Планируемая окупаемость – 24 месяца.

Значения планируемых показателей деятельности в год:

Выручка от реализации – 11 862 500 (руб.)

Валовая прибыль – 2 989 672 (руб.)

Чистая прибыль – 2 391 737 (руб.)

Рентабельность производства – 20,16 %.

### **Библиографический список**

1. Котлер Ф., Бергер Р., Бикхофф Н. Стратегический менеджмент по Котлеру. Лучшие приемы и методы = The Quintessence of Strategic Management: What You Really Need to Know to Survive in Business. – Москва : Альпина Паблишер, 2022. – 132 с.

# Особенности развития малых и средних предприятий в Омском регионе

**А. Д. Баранова**

Омская гуманитарная академия  
Научный руководитель — канд. экон. наук,  
канд. ист. наук, доцент Н. А. Левочкина

Сектор малого и среднего бизнеса является неотъемлемой частью экономической составляющей развития города, служит показателем его стабильности и благосостояния. Развитие предпринимательства обеспечивает население города новыми рабочими местами и стабильными доходами, существенно расширяет перечень производимых товаров и оказываемых услуг, способствует формированию конкурентной среды и установлению рыночного равновесия. Омский регион находится в Западной Сибири и является одним из крупных промышленных и экономически развитых регионов России.

Предприятие – это самостоятельный субъект, который занимается деятельностью по производству и сбыту товаров и услуг, с целью получения прибыли.

## Сущность понятий «предприятие»

Предприятие – самостоятельный, организационно обособленный хозяйствующий субъект с правами юридического лица, который производит и сбывает товары, выполняет работы, оказывает услуги (<https://ru.wikipedia.org/wiki/Предприятие>).

Предприятие – это самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг с целью удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли (Н. Ю. Силаева. [https://13-02-11umk.ru/lekzia\\_20.html](https://13-02-11umk.ru/lekzia_20.html)).

Предприятие – это организация коммерческого характера, которая владеет статусом юридического лица в коммерческих целях: торговля товарами, оказание услуг и выполнение работы, также производство продукции (Е. Р. Абдуллина, Э. И. Белова. <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatiynyu-apparat-predpriyatie-organizatsiya-uchrezhdenie-firma-kompaniya/viewer>)

Предприятие – это самостоятельный, организационно обособленный хозяйствующий субъект производственной сферы народного хозяйства, который производит и реализует продукцию, выполняет работы промышленного характера или предоставляет платные услуги (Т. В. Яркина. <https://676.su/fokz>).

Предприятие – это производственная или торговая хозяйственная единица или объединение нескольких таких единиц (Словарь русского языка: В 4 т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А. П. Евгеньевой. 4-е изд., стер. М. : Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999. <http://feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/16/ma337004.htm?cmd=0&istext=1>).

Исходя из всего вышеперечисленного, можно сделать вывод, что главной целью предприятия является удовлетворение потребителей. Получение прибыли – это задача фирмы. В то время, как сходство у фирмы и предприятие одно – создавать товары и услуги. Также необходимо добавить, что предприятие – это объединение в рамках общего капитала, и оно может действовать в одной отрасли.

В Омском регионе действуют различные программы и меры государственной поддержки для развития малого и среднего бизнеса. Это включает в себя финансовую поддержку, льготы, субсидии, налоговые стимулы, консультационную и информационную поддержку. В регионе присутствует развитая инфраструктура, что способствует развитию малого и среднего бизнеса. Омск имеет хорошо развитые транспортные коммуникации, доступ к энергетическим ресурсам, наличие финансовых центров и бизнес-центров.

Омский регион активно развивает инновационные технологии и перспективные отрасли, что создает благоприятную экономическую среду для развития малого и среднего бизнеса. В регионе созданы инновационные центры, технопарки, инкубаторы и другие инфраструктурные объекты для поддержки стартапов и инноваций.

Омск является крупным центром потребительского спроса. Местные предприятия имеют возможность продавать свою продукцию и услуги на территории региона, что обеспечивает стабильный спрос на малые и средние предприятия. По статистическим данным количество малых предприятий в Омском регионе возрастает. В 2019 году насчитывалось около 60 тысяч единиц, на 2022 год их количество составило почти 64 тысячи. Таким образом, Омский регион создает благоприятную среду для развития малых и средних предприятий

через государственную поддержку, наличие инфраструктуры, развитие инноваций, наличие кадрового потенциала и доступ к потребительскому рынку. Эти факторы способствуют развитию предпринимательства и экономического роста региона.

### **Библиографический список**

1. Росстат [Электронный ресурс]. – URL: [https://55.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/vebinar\\_msp-2020-itogi.pdf](https://55.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/vebinar_msp-2020-itogi.pdf) (дата обращения: 30.11.2023).
2. Омская Губерния. Портал правительства Омской области [Электронный ресурс]. – URL: <https://mec.omskportal.ru/oiv/mec/etc/Stat/StatSB> (дата обращения: 30.11.2023).
3. Ермакова Н. С. Сектор малого и среднего предпринимательства Омского региона: состояние и формы поддержки // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. – 2020. – № 2 (34). – С. 96–103. – DOI: 10.24411/2225-8264-2020-00028.
4. Мясникова С. Е. Развитие предпринимательства в Омской области // Материалы X Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» [Электронный ресурс]. – URL: <https://scienceforum.ru/2018/article/2018005143> (дата обращения: 30.11.2023).
5. Чеберко Е. Ф. Основы предпринимательской деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Ф. Чеберко. – Москва : Издательство Юрайт, 2018. – 219 с.
6. Боброва О. С. Основы бизнеса : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. С. Боброва, С. И. Цыбуков, И. А. Бобров. – Москва : Издательство Юрайт, 2018. – 330 с.

# Планирование производства и маркетинга продукции

**А. Д. Баранова**

Омская гуманитарная академия

*Научный руководитель — канд. экон. наук, доцент Н. Е. Алексеев*

Планирование производства и маркетинга продукции является ключевым элементом успешной деятельности предприятия. Эффективное планирование позволяет оптимизировать процессы производства, управлять запасами, улучшать качество продукции и оперативно реагировать на изменения спроса на рынке.

Планирование производства – это процесс определения оптимальной последовательности операций и распределения ресурсов для выполнения производственных задач в установленные сроки и с минимальными затратами. Оно играет важную роль в управлении производством, поскольку позволяет эффективно использовать ресурсы предприятия и улучшить его конкурентоспособность [1].

Планирование производства включает в себя несколько этапов: определение потребностей в производственных ресурсах (трудовых, материальных, финансовых и др.), разработка производственной программы, составление производственного плана, управление производственными процессами и контроль за их выполнением. В процессе планирования производства необходимо учитывать рыночные условия, спрос на продукцию, наличие ресурсов, технологические возможности и другие факторы, которые могут повлиять на выполнение производственных задач.

Для успешного планирования производства необходимо использовать современные методы и инструменты, такие как математическое моделирование, оптимизация процессов, применение информационных технологий и автоматизации производства. Также важным аспектом является управление рисками и принятие управленческих решений на основе анализа данных [4].

Эффективное планирование производства способствует увеличению производительности предприятия, снижению издержек, улучшению качества продукции и удовлетворению потребностей клиентов. Поэтому развитие методов и технологий планирования производства является актуальной задачей для современных организаций, стремящихся к повышению своей конкурентоспособности на рынке.

Маркетинг продукции – совокупность мероприятий и стратегий, направленных на продвижение и реализацию продукции на рынке, а также на создание и поддержание потребительского спроса на товар или услугу [2].

Маркетинг продукции является важной составляющей успешной деятельности любого предприятия. Этот процесс включает в себя разработку и реализацию стратегий по продвижению продукции, привлечению потенциальных клиентов, установлению ценовой политики, а также созданию бренда и управлению им.

Для успешного маркетинга продукции необходимо проводить анализ рынка, изучать потребности и предпочтения потенциальных потребителей, а также осуществлять мониторинг конкурентов. Кроме того, важно учитывать изменения во внешней среде, такие как экономические, политические и социокультурные факторы [3].

Одной из важных задач маркетинга продукции является разработка эффективной рекламной стратегии, используя различные каналы коммуникации, такие как реклама в СМИ, интернет-маркетинг, прямой маркетинг и т. д. Также важную роль играет установление цен на продукцию, проведение анализа стоимости производства, конкурентной среды и уровня потребительского спроса.

Сегодня маркетинг продукции особенно актуален в условиях постоянных изменений в экономической и социальной среде, увеличения конкуренции и развития технологий. Успешные компании активно используют современные методы маркетинга, такие как цифровой маркетинг, аналитика данных и персонализированный маркетинг, для достижения конкурентных преимуществ [5].

Интеграция планирования производства и маркетинга продукции позволяет предприятию оперативно реагировать на изменения спроса на рынке, адаптировать производство под запросы потребителей и увеличить эффективность деятельности. Таким образом, комплексное планирование производства и маркетинга продукции является важным инструментом управления бизнесом, позволяющим достичь конкурентного преимущества и удовлетворить потребности клиентов [6].

Для улучшения процессов планирования производства и маркетинга продукции можно рекомендовать следующие шаги:

1. Анализ спроса и прогнозирование продаж: Исследовать рынок, определить тренды и потребности потребителей, чтобы разработать прогнозы продаж на основе реальных данных.

2. Улучшение коммуникации между отделами: Обеспечить эффективное взаимодействие между отделами производства и маркетинга для лучшего понимания рыночных требований и возможностей производства.

3. Развитие стратегии инвентаризации: Совершенствование методов управления запасами, для избегания избыточности или нехватки товаров, что повлияет на планирование производства и маркетинга.

5. Анализ эффективности процессов: Оценить результаты планирования и маркетинга продукции, чтобы выявить неэффективные процессы и разработать методы их улучшения.

6. Адаптация к изменениям рынка: Будьте гибкими в отношении изменений в процессах планирования и маркетинга, чтобы эффективно реагировать на изменения спроса, конкуренцию и другие внешние факторы.

7. Сотрудничество с поставщиками: Установить партнерские отношения с поставщиками, чтобы обеспечить надежную поставку материалов и компонентов для производства.

Эти рекомендации помогут улучшить процессы планирования производства и маркетинга продукции, что в свою очередь повысит эффективность предприятия и улучшит конкурентоспособность на рынке [7].

### **Библиографический список**

1. Бухалков М. И. Планирование на предприятии: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям / М. И. Бухалков. – 3-е изд., испр. – Москва : ИНФРА-М, 2017. – 416 с.

2. Глазов М. М. Маркетинг предприятия : Анализ и диагностика / М. М. Глазов, И. П. Фирова. – Москва : АИД, 2019. – 269 с.

3. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структуры / Е. П. Голубков – Москва : Дело, 2016. – 352 с.

4. Ильин А. И. Планирование на предприятии/ А. И. Ильин. – Минск : Новое знание, 2015. – 634 с.

5. Капон Н. Управление маркетингом : учебник / Н. Капон, В. Колчанов. – Санкт-Петербург : Питер, 2016. – 832 с.

6. Кожекин Г. Я. Организация производства. – Минск : Экопрспектива, 1998. – 332 с.

7. Морозов Ю. В. Основы маркетинга : учеб. пособие / Ю. В. Морозов. – Москва : Дашков и К, 2016. – 148 с.

# **Теоретические и правовые основы разработки и реализации муниципальных программ как инструмента территориального развития**

**В. С. Бебинов**

Омская гуманитарная академия

*Научный руководитель — канд. экон. наук, доцент О. В. Сергиенко*

Проблема социально-экономического развития регионов обусловлена непростыми условиями экономического и политического характера, затрудняющими процессы совершенствования социально-экономической сферы страны. Развитие муниципальных территорий возложено на органы местного самоуправления, одной из ключевых задач которых является стратегическое управление. Стратегическое управление муниципальным образованием направлено на обеспечение устойчивого социально-экономического развития в долгосрочной перспективе, и реализуется через муниципальные программы. От эффективности реализации муниципальных программ непосредственно зависит удовлетворенность потребностей населения в социальных, жилищно-бытовых, коммунальных, культурных и других сферах жизни. Учитывая, что муниципальные программы как инструмент территориального управления позволяют увязать расходы и ожидаемые результаты, они представляют особую ценность. За последнее десятилетие формат муниципальных программ претерпел сильные изменения, что актуализирует исследование теоретических и правовых основ их разработки и реализации.

Обзор литературы. Процесс перехода к программно-целевому управлению муниципальных территорий и бюджетированию привлек к себе пристальное внимание зарубежных и отечественных ученых и исследователей, многие из которых посвятили свои труды изучению теоретических и правовых основ разработки и реализации муниципальных программ. В основу исследования легли наработки, отраженные в трудах таких авторов, как А. В. Костюков, С. Д. Захарчук, Л. А. Атабиева, Б. Д. Шапошникова, И. В. Авадаева, А. Г. Бреусова, В. В. Карпов, А. А. Кораблева, Е. И. Киселева и др.

Описание исследования. В специальной научной литературе определения понятия муниципальная программа в различных источниках несколько отличаются, но не существенно.

Так согласно определению, данному Л. А. Атабиевой, муниципальная программа представляет собой ресурсоориентированный и ограниченный по времени комплекс социально-экономических, организационных, экономических и других мер, направленных на эффективное решение конкретных экономических, экологических, социальных и других проблем развития муниципального образования, от уровня которых зависит инвестирование из федерального и регионального бюджетов.

С. Д. Захарчук и А. В. Костюков отмечают, что фактически муниципальная программа – это огромное сложное мероприятие, направленное на реализацию в заданных бюджетных ограничениях плана ведомства, обеспечивающего достижение ожидаемых результатов.

А. Г. Бреусова, В. В. Карпов, А. А. Кораблева дают определение муниципальной программы как важного инструмента распределения финансовых ресурсов и одновременно – организационно-экономического механизма развития территории, представляющего собой комплекс мероприятий, взаимоувязанных по задачам, срокам, исполнителям и ресурсам, обеспечивающих эффективное решение приоритетных задач развития муниципального образования.

В целом все определения понятия муниципальная программа, применяемые различными авторами основаны на законодательном определении, представленном в п. 35 ст. 3 Федерального закона от 28.06.2014 № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации», согласно которому муниципальная программа является документом стратегического планирования, содержащим комплекс планируемых мероприятий, взаимоувязанных по задачам, срокам осуществления, исполнителям и ресурсам и обеспечивающих наиболее эффективное достижение целей и задач социально-экономического развития муниципального образования.

Формирование современной муниципальной программы в Российской Федерации основано на программно-целевом подходе, сущность которого состоит в том, что имеющиеся управленческие проблемы определяют цели и их решения, достижение которых требует определенного плана мероприятий, для чего формируется бюджет, и контролируется его исполнение.

Применение программно-целевого подхода в формировании муниципальных программ вводилось поэтапно, это было обусловлено необходимыми изменениями в законодательстве страны.

Подготовительным этапом можно назвать введение в бюджетное планирование досрочных целевых программ и ведомственных целевых программ, которые должны были утверждаться и реализовываться на всех уровнях бюджетной системы РФ. Для этого Федеральным законом от 30.12.2008 № 310-ФЗ в Бюджетный кодекс РФ были внесены изменения в части регулирования бюджетного процесса и приведении в соответствие с бюджетным законодательством РФ отдельных законодательных актов РФ.

Первым этапом внедрения программно-целевого метода стали системные изменения в методологии и практике государственного планирования, а именно принятие Федерального закона от 28.06.2014 № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации», которым были установлены правовые основы стратегического планирования в РФ. Данный закон установил, что стратегическое планирование осуществляется на всех уровнях – федеральном, уровне субъектов РФ и на уровне муниципальных образований. А к документам стратегического планирования отнесены государственные программы, программы субъектов РФ и муниципальные программы. Данный переход к инструментам стратегического планирования нашел свое отражение в бюджетном законодательстве, в перечень документов для разработки бюджетов были включены государственные и муниципальные программы, а долгосрочные целевые программы как отдельный элемент структуры расходной части бюджета были исключены. Так с 2014 года обязательным стало формирование проектов бюджетов, в том числе на государственных и муниципальных программах.

Переходным этапом в применении программно-целевого метода при разработке муниципальных программ в бюджетном планировании стал период 2014-2016 гг., в котором выявился целый ряд проблем, связанных с формированием и реализацией государственных и муниципальных программ. К таким проблемам относились в том числе неконкретность заявленных целей, несогласованность целей и задач, их дублирование, неточность расчетов целевых индикаторов и ожидаемых результатов, расхождение значений отдельных показателей, отраженных в разных разделах программ и подпрограмм. При реализации государственных (муниципальных) программ не была преодолена и традиционная проблема их неполного финансирования.

Так программно-целевой подход позволяет выделить приоритетные цели развития территории исходя из особенностей терри-

ториального образования, а также структурировать цели по срокам и значимости, определить задачи и разработать комплекс мероприятий с учетом бюджетных и временных ограничений.

Разрабатываются и утверждаются муниципальные программы местной администрацией муниципального образования, что прямо определено в ст. 179 Бюджетного кодекса РФ.

На основании подходов и принципов, предусмотренных постановлением Правительства Российской Федерации от 26 мая 2021 г. № 786 «О системе управления государственными программами Российской Федерации» Министерством экономического развития РФ и Министерством финансов РФ были разработаны методические рекомендации по разработке и реализации государственных программ субъектов РФ и муниципальных программ, оформленных письмом от 06.02.2023 г. (далее – Методические рекомендации).

Согласно методическим рекомендациям структура муниципальной программы как и государственной жестко регламентирована. Это позволяет объединить проблемы управления государственными и муниципальными программами. Однако по своей структуре муниципальные программы могут несколько отличаться друг от друга в зависимости от назначения.

Рекомендованная структура муниципальной программы состоит из следующих документов:

1. Стратегические приоритеты (в этом документе отражаются приоритеты и цели связанные с национальными целями развития и государственными программами РФ).

2. Паспорт программы (этот документ содержит все сведения о подпрограммах, в т. ч. их паспорта, сведения о целях и задачах, о разработчиках, об исполнителях, о сроках реализации, объемах и источниках финансирования и т. д.)

3. Порядок расчета значений целевых показателей муниципальной программы или источники получения информации.

Разработка и реализация муниципальных программ основывается на 12 следующих принципах:

- Обеспечение достижения целей и приоритетов социально-экономического развития.

- Обеспечение планирования и реализации муниципальных программ с учетом необходимости достижения национальных целей развития РФ.

- Включение в состав всех инструментов и мероприятий в соответствующие отрасли и сферы.
- Обеспечение консолидации бюджетных ассигнований местного бюджета. В том числе предоставляемых межбюджетных трансфертов из государственного бюджета.
- Синхронизация муниципальных и государственных программ.
- Оценка эффективности деятельности органов местного самоуправления по показателям.
- Содержание обоснованных программ и процессных мероприятий.
- Закрепление ответственного должностного лица за реализацию программы.
- Планирование программы на основе информационного ресурса.
- Маркировка параметров и структурных элементов программы в информационной системе.
- Однократность ввода данных при формировании, реализации и мониторинге программы.
- Интеграция информационного взаимодействия.

Анализ нормативно-правовых актов РФ позволяет выделить следующие направления муниципальных программ:

- развитие торговли;
- защита прав потребителей;
- профилактика правонарушений;
- развитие малого и среднего предпринимательства;
- развитие жилищно-коммунального хозяйства;
- развитие физической культуры и спорта;
- развитие туризма;
- формирование современной городской среды и др.

Одной из ключевых основ управления в муниципальном образовании является качественная реализация муниципальных программ, однако особую сложность представляет получение достоверных данных по оценке ее эффективности. Данная проблема, как показал проведенный анализ, связана прежде всего с отсутствием единой методики, и рядом недостатков в имеющихся методиках.

Следует отметить, что в подавляющем большинстве муниципальных программ отсутствует определение их эффективности, лишь приводится перечень характеризующих ее критериев. Зачас-

тую критерии отбираются методом случайной выборки и заключаются в соотношении плановых и фактических значений ожидаемых результатов, и не являются качественными показателями.

Недостатки существующих методик оценки эффективности муниципальных программ заключаются в следующем:

- действующие нормативно-правовые акты и инструкции имеют недоработки и методические противоречия;

- в процессе разработки муниципальной программы предпочтение отдается не содержательной части мероприятий, а формату расхода бюджета;

- на практике финансирование муниципальных программ имеет существенное различие от планируемых расходов, закладываемых в процессе разработки и утверждения муниципальных программ;

- отсутствует методическое обеспечение.

Не менее важной проблемой является отсутствием отражения в муниципальных программах внебюджетных источников финансирования, что приводит к отсутствию формальных причин их учета при оценке эффективности.

Заключение. Проведенное исследование позволило установить, что процесс перехода к формированию муниципальных программ по программно-целевому методу нельзя считать завершенным. Наличие выявленных недоработок и методических противоречий в нормативно-правовых актах, на которых основывается реализация муниципальных программ, не позволяют в действительности провести оценку эффективности муниципальной программы. Это приводит к тому, что зачастую органы местного самоуправления подгоняют числовые показатели с целью достижения плановых результатов. Таким образом, лица, вовлеченные в бюджетный процесс, продолжают применять формальный подход при использовании муниципальных программ в целях обоснования эффективности своей деятельности и получения повышенного финансирования, что ограничивает структурную перестройку экономики регионов, выявление конкурентоспособных преимуществ территорий и их развитие, а также оптимизацию существующих затрат. Полученные выводы определяют дальнейшую перспективу исследования практической реализации муниципальных программ, необходимой для разработки рекомендаций и мероприятий, направленных на совершенствование механизма управления муниципалитетом.

## Библиографический список

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 25.12.2023, с изм. от 25.01.2024) [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/12754>.
2. Российская Федерация. Законы. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации : Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ (ред. от 25.12.2023) [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/20035>.
3. Письмо Минэкономразвития России № 3493-ПК/Д19и, Минфина России № 26-02-06/9321 от 06.02.2023 «О направлении Методических рекомендаций по разработке и реализации государственных программ субъектов Российской Федерации и муниципальных программ» (вместе с «Методическими рекомендациями по разработке и реализации государственных программ субъектов Российской Федерации и муниципальных программ») [Электронный ресурс]. – URL: <https://legalacts.ru/doc/pismo-minekonomrazvitija-rossii-n-3493-pkd19i-minfina-rossii-n-26-02-069321/?ysclid=m2hgs8w1v2774063472>
4. Киселева Е. И. Государственные и муниципальные программы: проблемы формирования и реализации // Государственная власть и местное самоуправление. – 2017. – № 9. – С. 55–60.
5. Формирование и оценка эффективности муниципальных программ: теория и практика : коллективная монография / под общ. ред. В. В. Карпова, А. А. Кораблевой. – Омск : Литера, 2016. – 220 с.
6. Атабиева Л. А. К вопросу эффективности муниципальных программ в системе местного самоуправления // Стратегии бизнеса. – 2019. – № 10 (66). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-effektivnosti-munitsipalnyh-programm-v-sisteme-mestnogo-samoupravleniya> (дата обращения: 05.02.2024).
7. Захарчук С. Д., Костюков А. В. Подходы к определению эффективности реализации муниципальных программ // Образование и право. – 2022. – № 5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-opredeleniyu-effektivnosti-realizatsii-munitsipalnyh-programm> (дата обращения: 08.02.2024).
8. Захарчук С. Д., Костюков А. В. Теоретические и нормативные правовые подходы к определению содержания муниципальных программ // Вестник экономики, управления и права. – 2022. – № 1 (58). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-i-normativnye-pravovye-podhody-k-opredeleniyu-soderzhaniya-munitsipalnyh-programm> (дата обращения: 04.02.2024).
9. Шапошникова Б. Д., Авадаева И. В., Чужаева Н. Б., Шарова И. Ю. Муниципальные программы как стратегический фактор социально-экономического развития региона // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2023. – № 3. – URL: <http://www.rppe.ru/new/index.php/rppe/issue/view/107> (дата обращения: 07.02.2024).

# Государственная политика и молодежь

**А. С. Блинов**

Омская гуманитарная академия

*Научный руководитель — канд. экон. наук, доцент Н. Е. Алексеев*

На сегодняшний день можно сказать, что наша власть проводит активную молодёжную политику и старается наладить связь с этим слоем населения. Для студентов организовывается множество мероприятий, конференций, направленных на поднятие патриотизма, расширение познаний об истории и культуре своей Родины, своего региона, мероприятий, направленных на повышение уровня консолидации среди молодёжи и всего российского общества в целом.

Детальную картину происходящего позволит получить только непосредственное погружение в саму среду обитания исследуемой прослойки, не стараясь подвести всё под одну рабочую схему и унифицировать весь процесс работы, тут, скорее, необходимо понять все тонкости и нюансы мировоззрения среднестатистического представителя молодёжи и определить, как это самое мировоззрение сформировалось, и уже отталкиваясь от этого, создавать возможные нишечки влияния, позволяющие видоизменять это мировоззрение.

Исходя из личного опыта общения с молодыми людьми из разных городов, разных жизненных позиций и установок, мы можем выделить точки пересечения мировоззрений абсолютного большинства молодежи, с которой нам приходилось контактировать.

Прежде чем озвучивать эти самые точки пересечения, стоит обратиться к историческим факторам, повлиявшим на мировоззрение сегодняшней молодёжи.

Предшествующее нам поколение выращено на основе официальной советско-коммунистической идеологии, строящейся на коллективистских ценностях и патриотизме, культе вождя и незыблемости государства, национальном единстве. Этому учили с детства, не предоставляя альтернативного выбора и, следовательно, вкладываемые идеи формировали определённый тип личности, который был выгоден государству и не шел с ним вразрез.

С момента распада СССР нашу страну и в ментальном, и в материальном аспектах затопила западная культура: красивая картинка свободной личности, индивидуализм, культура потребления, космополитизм, демократические и либеральные ценности и т. д.

Всё это неизбежно изменило картину мира нашего населения. Ставший ныне привычным плюрализм политических идей и представлений о том, каким должен быть мир, неизбежно разломил некогда идеологически целостное общество на множество разных групп, как по вертикали, так и по горизонтали.

Можно сказать, что в течение 30 лет молодёжь была предоставлена сама себе и с радостью впитывала западную культуру. Это без труда можно проследить, например, по музыкальной индустрии: молодёжь сейчас слушает либо западную музыку, либо только по языковому признаку русскую музыку, которая по своей сути ничем кроме языка не отличается от западной. Именно западные фильмы пользуются особой популярностью («Марвел», «Аватар» и так далее). Если посмотреть на предпочтения в одежде русского подростка и американского или британского подростка невооруженным глазом будет прослеживаться идентичность их выбора. И подобная идентичность будет прослеживаться практически во всех аспектах культуры.

В свете последних событий (вооруженный конфликт России и Украины) у государства появилась ярко выраженная потребность в том, чтобы подавить стороннее влияние на нашу молодёжь, поэтому эффективность проводимой молодёжной политики приобретает особую актуальность. Под словом молодёжь подразумеваются ученики старших классов школ, студенты вузов и колледжей, лица, недавно закончившие обучение, то есть прослойка граждан в возрасте от 16 до 26 лет. К этому возрасту у них сформировался характер и картина мира, которую уже не так просто видоизменить. Как упоминалось выше, эта картина сформировалась под влиянием западной культуры и соответственно создала определённую систему ценностей и систему мышления, свойственную этой культуре, основная характеристика которой – слабо выраженное «мы»-мышление и ярко выраженное «я»-мышление. Воспитание «я»-мышления приводит к ряду закономерных последствий. Главное из них – это традиция открытого высказывания и защиты своего мнения, каким бы неприятным оно ни было. Столкновение разных мнений и открытая конфронтация рассматриваются как двигатели прогресса, горнило истины и правды. Таким образом, конфликты в жизни общества, порожденные столкновением индивидуальных амбиций, рассматриваются как вполне естественное и неизбежное

явление. Вся информация прогоняется через фильтр критики и обдумывается индивидом в ключе собственной выгоды.

Сюда же можно добавить качества свойственные приверженцам либеральной идеологии, характеризующиеся толерантностью, терпимостью, свободой, плюрализмом, мирным сосуществованием и конкуренцией самого широкого спектра общественно-политических взглядов, а также недоверием по отношению к власти.

Все эти характеристики граждан не сильно подходят для государства, которое находится в стадии военного конфликта и создает конкретную проблему – проблему поддержки молодёжью позиции правительства и проблему мотивации исполнения государственных решений. Эти проблемы, самоочевидно, требуют неотложного регулирования.

Опираясь на вышеизложенный материал, можно прийти к выводу, что перманентное политическое противостояние нашего государства со странами запада, как минимум на бессознательном уровне, вызывает диссонанс в умах молодёжи, так как по факту она сталкивается с ситуацией, когда ей приходится противостоять своим же ценностям.

Один из вариантов классификации цивилизаций разделяет их на прогрессивные (западные), непрогрессивные (дикие) и циклические (восточные), в которых основным различием является отношение ко времени. Прогрессивные – ставят в приоритет настоящее и будущее, отбрасывая давление устоев прошлых поколений; непрогрессивные – отрицают будущее, ставя табу на всё новое, в настоящем опираясь исключительно на догмы предков; циклические – признают единство всей временной дифференциации. Как уже было выявлено выше, современное поколение вместе с западной культурой переняло и западное мышление, в котором традиционные и консервативные ценности, в парадигме которых и ведётся политическая деятельность нашего правительства, не имеют особого влияния, не пользуются популярностью среди молодёжи.

Основная проблема, создающая раскол кроется в том, что государство, как феномен, во все времена засматривалось в сторону заморозки существующих технологий, процессов, режима, изоляции от внешнего влияния и так далее. Ведь именно это позволяет исключить фактор непредсказуемости и существенно упрощает процесс управления, однако далеко не во всех государствах это воз-

можно реализовать. Основная причина этому – географическое положение и климатические факторы отдельных государств, под влиянием которых формировался менталитет их народов. В качестве примера можно привести любые национальные традиции.

Основная характеристика нашей природы – холодная продолжительная зима и жаркое, знойное лето, что формирует такие качества как стойкость и терпимость, но в тоже время присваивает нам такое качество как стихийность. Практически во всех случаях смена политического вектора сопровождалась народным бунтом, мотивы для которого годами бурлили внутри масс, распухая как саркома, до последнего, не выплёскиваясь всерьёз наружу. Холодный климат заставляет «сжиматься», терпеть, не открываться внешнему миру – отсюда большой процент аполитичных воззрений среди населения и склонность к замалчиванию своего мнения, что даёт возможность государству устанавливать свои порядки. Но без создания взаимовыгодных отношений с населением, как правило, эти порядки рано или поздно сносит вихрем народного буйства и истощения.

Так повелось что государственный аппарат, вследствие вышеизложенных причин (география, климат, менталитет населения), выполняет скорее догоняющую, нежели ведущую функцию. В наших постоянно изменяющихся реалиях это также формирует ощущение постоянной отсталости используемых методов воздействия, что и является причиной разобщённости.

Мы нашли только два пути решения данной проблемы. Во-первых, подавить культурное влияние извне, в теории, возможно полной изоляцией и закрытием границ своего государства, но подобный радикальный метод может потянуть за собой непредсказуемые последствия и волну негативных настроений, величину которой сложно предугадать. Во-вторых, существует и более тернистый путь, суть которого заключается в пересмотре действующей молодёжной политики. Необходимо работать не на создание видимости положительной картинки, а научиться извлекать реальное мнение масс и работать с ним. Необходимо постараться быть «на одной волне» с молодёжью, понимать, как устроена ее психология. Исходя из этого, говоря с молодёжью на ее языке, извлекая и учитывая ее реальное мнение при принятии решений, установить эффективный контакт будет кратно проще, что и стараются делать

передовые страны Запада. Создание видимости благоприятной обстановки – иллюзорно, и это ощущается даже на чувственном уровне. На данный момент количество проводимых мероприятий не влечёт за собой качественный переход ввиду того, что государство не старается найти компромисс, не движется в сторону взаимных уступок и взаимовыгоды, а старается навязать молодому населению своё видение мира, что в сформировавшемся индивидуалистическом обществе вряд ли представляется истинно возможным.

### **Библиографический список**

1. Глухих А. А. Государственная молодежная политика: зарубежный опыт // Новый университет. Серия «Экономика и право». – № 3 (61). – С. 49–51.
2. Гнездилова П. А. Государственная молодежная политика // Sciences of Europe. – 2016. – № 5-4 (5). – С. 34–36.
3. Тарцан В. Н. Государственная молодежная политика в современной России // Полис. – 2010. – № 3. – С. 156–160.
4. Шахалилов Ш. Ш. История международных отношений: движущие силы, глобальные тенденции. – Москва : Издательство Московского университета, 2015. – 560 с.

# Анализ состояния рынка труда Луганской Народной Республики

**И. П. Бойко**

Стахановский инженерно-педагогический институт  
(филиал) Луганского государственного университета  
им. Владимира Даля, г. Стаханов

*Научный руководитель — канд. пед. наук, доцент Н. В. Карчевская*

Одним из ключевых ресурсов социально-экономического развития Луганской Народной Республики и страны в целом является рынок труда. Противоречивость и сложность ситуации на рынке труда в России проявляется в том, что, с одной стороны, рынок расширил многообразие форм занятости и мест приложения труда, увеличив, таким образом, возможность самореализации населения в сфере экономики, но, с другой стороны, кризисные явления в российском обществе привели к значительным потерям живого труда [2].

Для того чтобы рынок труда нормально функционировал, необходимы четкие нормы и правила, которые бы регулировали отношения между субъектами рынка труда, определяли их права, обязанности и гарантии. Такие нормы предусмотрены во Всеобщей декларации прав человека, Конституции Российской Федерации, конвенциях Международной организации труда, Трудовом кодексе Российской Федерации, Законе «О занятости населения в Российской Федерации», других законах и конкретизируются в указах Президента РФ, решениях правительства, генеральных, региональных, отраслевых тарифных соглашениях, коллективных договорах, программах содействия занятости населения и др. [1].

Все социально-экономические явления, происходящие в любом обществе, отражаются на рынке труда. На его функционировании сказываются структура экономики, профессиональный и квалификационный состав рабочей силы, система оплаты труда и др. факторы.

Согласно официальным данным республиканского центра занятости Луганской Народной Республики (ЛНР), рынок труда, по итогам 2023 года, составил 20,7 тыс. чел., из них 6,3 тыс. граждан – молодежь в возрасте до 35 лет (30,7 %); в январе-феврале 2023 года рынок труда составил 6,8 тыс. чел., из которых 1,8 тыс. – молодежь до 35 лет (27,0 %).

В 2022 году уровень трудоустройства по Луганской Народной Республике составил 53,6 %, это свидетельствует о том, что по направлению Фонда социального страхования на случай безработицы (далее – Фонд) трудоустроен каждый второй из обратившихся; в 2023 году – этот показатель составил 25,7 %.

Спрос на рынке труда формируют работодатели (рис. 1).

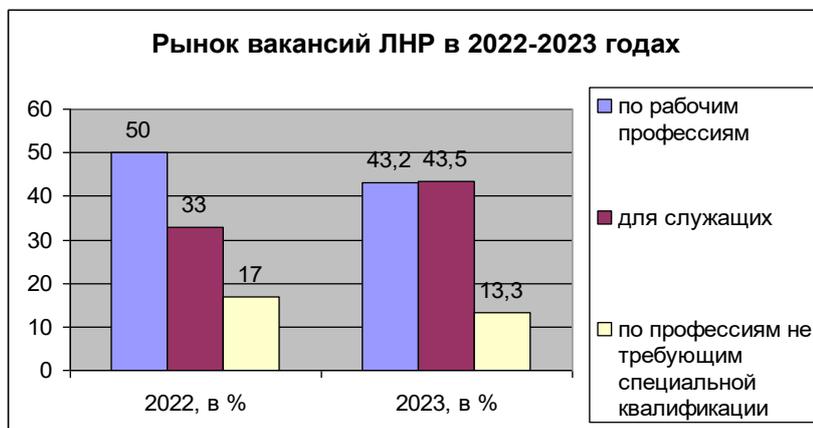


Рис. 1. Рынок вакансий ЛНР

На протяжении 2022 года в Фонд от работодателей поступило 20,7 тыс. ед. вакансий, из которых более 50 % – это вакансии по рабочим профессиям, 33 % – составляют вакансии для служащих и 17 % – по профессиям, не требующим специальной квалификации; в 2023 году – почти 8 тыс. ед. вакансий (43,2 % – вакансии по рабочим профессиям, 43,5 % – вакансии для служащих и 13,3 % – по профессиям, не требующим специальной квалификации).

Структура вакансий различна на территориях ЛНР (рис. 2).

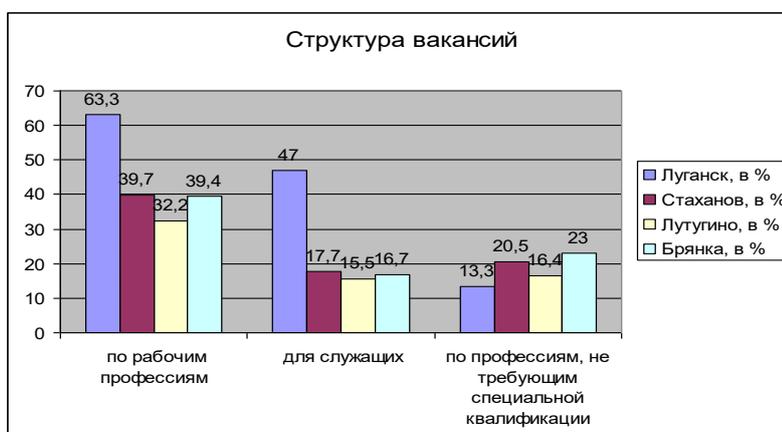


Рис. 2. Структура вакансий

В Луганске работодатели наиболее заинтересованы в служащих – 47,0 % от общего количества имеющихся в территориальном отделении Фонда вакансий, а в городах Лутугино и Стаханов доля таких вакансий составляет лишь 16,5 % и 17,7 % соответственно. Потребность в рабочих колеблется от 63,3 % в г. Стаханов и до 39,7 % в г. Луганск. Максимальная заинтересованность работодателей в работниках, не требующих специальной квалификации, отмечена в г. Брянка – 23,0 %, минимальная – 13,3 % в г. Луганск.

На сегодняшний день в ЛНР актуальными остаются более 5,5 тыс. ед. вакансий. В Луганской Народной Республике на рынке труда существует спрос на медицинских работников разного уровня квалификации, педагогов, психологов, работников сферы культуры и спорта. На данном этапе развития экономики Республики дефицитными являются специалисты технических и рабочих специальностей – инженеры, технологи, механики, мастера по наладке, электрики, электромонтеры по ремонту и обслуживанию электрооборудования, слесари, работники станочных профессий – это токари, станочники широкого профиля, фрезеровщики, шлифовщики и др. [3].

Для удовлетворения потребностей работодателей в специалистах, и с целью смягчения ситуации на рынке труда Республики Фонд проводит работу по организации профессионального обучения граждан на базе образовательных организаций (учреждений), а также субъектов хозяйствования.

Учитывая потребности со стороны работодателей, гражданам предоставлялась возможность организации обучения в 2022 году по 47 профессиям, должностям служащих и направлениям. В 2023 году – по 69 профессиям и направлениям подготовки. Обучение проходило по следующим профессиях: аппаратчик химводоочистки, кровельщик рулонных кровель и кровель из искусственных материалов, машинист бульдозера, машинист (кочегар) котельной, машинист крана металлургического производства, машинист экскаватора одноковшового, оператор котельной, парикмахер, повар, слесарь по ремонту автомобилей, токарь, станочник широкого профиля, электрогазосварщик, электромонтер по ремонту и обслуживанию электрооборудования, водитель автотранспортных средств, маляр, тракторист и направлениях подготовки: «Безопасные методы и приемы обслуживания оборудования котельной», «Безопасность работы при обслуживании котлов, работающих на

твердом топливе», «Основы работы бухгалтера в электронной программе 1 С (8 версия)» и др.

В Республике, на сегодняшний день, развивается работа по предоставлению профориентационных услуг различным категориям граждан, направленная на престиж востребованных на рынке труда профессий. Профориентационными услугами за прошедший год охвачено 60,6 тыс. чел., им предоставлено 106,6 тыс. услуг. Особое значение для профессионального самоопределения личности, выбора оптимального вида занятости с учетом потребностей экономики, имеет проведение профориентационной работы с молодыми гражданами. В образовательных организациях различного уровня проведено 958 мероприятий, услугами охвачено – 34,9 тыс. обучающихся.

Фондом и его территориальными отделениями проводятся профмероприятия: «Выпускник», «Профессиональные каникулы», «Труд моего родного города»; профессиографические экскурсии на предприятиях, дни открытых дверей образовательных организаций (учреждений), профориентационные уроки, онлайн-мероприятия в формате презентации, например, «Профессии вокруг нас», профессиографическая викторина «Азбука профессий» и др.

В Республике продолжают работать активные программы занятости, направленные на социальную защиту граждан и экономическую поддержку работодателей, как предоставление работодателям дотаций и субсидий для установленных категорий граждан, квотирование рабочих мест на предприятиях для трудоустройства молодежи и граждан с ограниченными физическими возможностями [3].

### **Библиографический список**

1. Российская Федерация. Законы. О занятости населения в Российской Федерации : от 19.04.1991 № 1032-1 (ред. от 28.12.2022) ; с изм. и доп., вступ. в силу с 11.01.2023 [Электронный ресурс]. – URL: <https://mintrud.gov.ru/docs/laws/89?ysclid=m2hhmttz9637757333>.

2. Ключевые показатели рынка труда [Электронный ресурс] // Междунар.орг. труда [Электронный ресурс]. – URL: <https://docplayer.com/43784136-Klyuchevyih-pokazateley-rynka-truda-9-go-izdaniya.html>.

3. Республиканский центр занятости Луганской Народной Республики [Электронный ресурс] // Официальный сайт. – URL: <https://rcz-lnr.ru/>.

## Особенности инвестиционного налогового кредитования

**А. А. Бондаренко**

Омская гуманитарная академия  
Научный руководитель — канд. экон. наук,  
доцент И. А. Брюханенко

Инвестиционный налоговый кредит является одним из инструментов, используемых государством для стимулирования инвестиций в экономику путем предоставления налоговых льгот. Этот инструмент позволяет уменьшить налоговую нагрузку на инвесторов и предприятия, что в свою очередь способствует увеличению объема инвестиций.

Согласно статье 66 Налогового кодекса Российской Федерации, инвестиционный налоговый кредит представляет собой форму изменения срока уплаты налога на срок от одного года до пяти лет, при котором организации при наличии определенных оснований предоставляется возможность в течение определенного срока и в определенных пределах уменьшать свои платежи по налогу с последующей поэтапной уплатой суммы кредита и начисленных процентов [1].

Действующее в Российской Федерации налоговое законодательство предусматривает в этом случае следующие формы налоговых договоров:

– договор об инвестиционном налоговом кредите, который определяет правила изменения сроков уплаты налогов;

– договор о налоговом поручительстве и залоге имущества, который определяет порядок обеспечения исполнения обязательств по уплате налогов и сборов.

В качестве особых условий, в пределах которых можно минимизировать платежи по налогу, выделяются следующие:

1. Суммы для уменьшения платежей по налогу не могут превышать 50 процентов размеров соответствующих платежей по налогу.

2. Накопленная в течение налогового периода сумма кредита не может превышать 50 процентов суммы налога, подлежащего уплате организацией за этот налоговый период [1].

К организациям, имеющим право на получение инвестиционного налогового кредита, относятся:

– осуществляющие внедренческую или инновационную деятельность.

– проводящие научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, а также техническое перевооружение производства, в том числе создание новых технологий;

– выполняющие особо важные заказы по социально-экономическому развитию регионов;

– выполняющие государственный оборонный заказ;

– осуществляющие инвестиции в создание объектов, имеющих высокий уровень энергетической эффективности;

– включенные в реестр резидентов зоны территориального развития в соответствии с Федеральным законом от 03.12.2011 № 392-ФЗ «О зонах территориального развития в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

Субъектами, которым дано право принимать решения по предоставлению инвестиционного налогового кредита, являются:

1. Для налога на прибыль, платежи по которому направляются в бюджеты субъектов Российской Федерации, а также для региональных налогов – органы, уполномоченные в соответствии с законодательством Российской Федерации субъектов.

2. Для налога на прибыль, платежи по которому направляются в федеральный бюджет, и для местных налогов:

– Федеральная налоговая служба РФ в соответствующем субъекте Российской Федерации по местонахождению организации (в случае, если запрошенная сумма кредита составляет менее 10 миллионов рублей);

– Межрегиональная инспекция ФНС России по управлению долгом (в случае, если запрошенная сумма кредита составляет более 10 миллионов рублей).

Существенными условиями договора об инвестиционном налоговом кредите являются: вид налога, размер кредита, срок действия договора, ставка процента, условия погашения, а также меры по обеспечению исполнения обязательств по договору (например, залог или поручительство). Договор об инвестиционном налоговом кредите должен содержать положения, которые запрещают в течение срока действия договора продавать или передавать владение, пользование или распоряжение другим лицам оборудованием или

другими активами, приобретение которых является условием для получения инвестиционного налогового кредита [2, с. 64].

Если в течение срока договора об инвестиционном налоговом кредите организация, заключившая договор, нарушит условия, предусмотренные договором, относительно реализации или передачи другим лицам оборудования или активов, приобретение которых является основанием для получения инвестиционного налогового кредита, эта организация должна выплатить все неоплаченные ранее суммы налога, а также проценты и пени на эти суммы в течение одного месяца со дня расторжения договора.

Обобщая сказанное выше, далее хотелось бы выделить важнейшие преимущества налогового инвестиционного кредита как инструмента для привлечения инвестиций и стимулирования экономического роста.

Во-первых, получение отсрочки на выплаты в бюджет позволяет предприятиям освободить финансовые ресурсы и направить их на развитие бизнеса. Отсрочка платежей дает возможность предприятиям решить некоторые текущие финансовые задачи или инвестировать средства в новые проекты, что способствует росту и укреплению бизнеса.

Во-вторых, законодательство о налоговом инвестиционном кредите ограничивает установление процентной ставки на сумму кредита. Такие ограничения защищают предприятия от высоких процентных ставок и позволяют им получать кредиты по более выгодным условиям. Это способствует снижению финансовой нагрузки на предприятия и стимулирует их рост и развитие.

В-третьих, инвестиционный налоговый кредит может быть использован для снижения выплат по различным видам налогов. Это означает, что предприятия могут сократить свои налоговые обязательства в определенных областях, что в свою очередь может обеспечить им дополнительные финансовые возможности для инвестирования в предприятие и его развитие.

В-четвертых, при использовании налогового инвестиционного кредита государство устанавливает значительно более низкий процент, чем при кредитовании в коммерческих банках. Это делает такой кредит более доступным для предприятий и способствует их финансовой устойчивости и развитию. Более низкий процент также уменьшает риски для предприятий и повышает их конкурентоспособность на рынке.

Таким образом, налоговый инвестиционный кредит является эффективным инструментом, который позволяет предприятию получить выгодные условия кредитования, снизить налоговую нагрузку, а также обеспечивает создание благоприятной инвестиционной среды в целом.

### **Библиографический список**

1. Налоговый кодекс Российской Федерации, часть первая от 31.07.1998 № 146-ФЗ; часть вторая от 05.08.2000 № 117-ФЗ (с последующими изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс] // СПС «Консультант-Плюс». – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_19671/?ysclid=m2hhyslv4a307111487](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/?ysclid=m2hhyslv4a307111487).
2. Фархутдинов Р. Д. Налоговое право: учебное пособие для вузов / Р. Д. Фархутдинов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 133 с.

# Характеристика российского градостроения и участие государства в данной проблеме

**В. И. Головин**

Омская гуманитарная академия

*Научный руководитель — канд. экон. наук, доцент Н. Е. Алексеев*

Инфраструктура и застройка городов являются важной и актуальной темой для каждого государства и человека. Население неумолимо растёт и появляется проблема с местом жительства, так же старые дома из-за возраста, некачественного обслуживания и халатности со стороны застройщика быстро приходят в негодность. Решить эти проблемы помогает строительство новых домов в городах. Но от этого появляется ещё больше проблем, качество застройки, цены на жильё, а также отсутствие какой-либо инфраструктуры – это лишь малая доля тех проблем, которые появляются при строительстве. Латентный отказ государства участвовать в этом и отсутствие инициативы.

Одной из причин этого является отсутствие какого-либо серьёзного контроля над строительством со стороны государства. Новые районы строятся по одинаковому типу, без каких-либо отличий друг от друга. Попробуем разобрать все эти проблемы по очереди, а также привести способы их решения.

Начнём со статистических знаний по этой теме. В 2020 году было введено 630 186,7 тыс. кубических метров зданий, из них 408 151,8 – это жилые здания, 26 % этих зданий – дома высотой 17 и более этажей, что является вторым показателем после двухэтажных зданий (26,7 %). По данным Росстата, можно сделать вывод о том, что приоритет российских застройщиков отводится высотной застройке. Высотное строительство – явь современных городов, которая до сих пор неоднозначно воспринимается. Для начала рассмотрим причины таких решений:

1. Стоимость земли. Как ни странно, но земля в России стоит очень дорого, что заставляет застройщика вытягивать максимум прибыли с купленной земли.

2. Алчность застройщика. Каждый человек хочет получать как можно больше, из-за этого возникает множество мошеннических схем по «отмыву» денег. В данной проблеме замешан чиновничий

аппарат, который участвует в данных коррупционных схемах и способствует им.

Вторая проблема – качество, существует масса примеров зданий плохого качества. Застройщик экономит на материалах и ресурсах, затрачиваемых на строительство. Обрушение фасада зданий, проседания фундамента, плохая шумоизоляция, некачественная проводка и система водопровода, из-за чего, следовательно, возникают пожары и затопления, что влечёт за собой гибель людей. Некачественное внешнее покрытие держится недолго и быстро приходит в негодность. Можно сделать вывод, что также нет качественного обслуживания, нет четких указаний от государства, как и с какой интенсивностью проводятся работы по уходу за собственностью.

Третья проблема – дизайн, большинство зданий построены по шаблону с одинаковым дизайном. Даже внутренняя схема одна и та же. Существует много примеров, ЖК «Сергей Есенин» в Санкт-Петербурге, г. Мурино. Данные места являются ярким примером одинакового, неинтересного дизайна. Многие застройщики начинают строительство, но не доводят до конца, оставляя пустыри и груды мусора. Они делают это, зная, что какого-либо серьёзного наказания не последует. Нет государственных учреждений, которые занимались бы дизайном в данной сфере, поэтому застройщики либо обращаются к частным компаниям, чьи концепции довольно часто абсурдны, либо используют старый избитый формат.

И одна из главных проблем – это отсутствие парковочных мест. Согласно «СП 42.13330.2016. Свод правил. Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений», на 1000 человек предусмотрено 300 парковочных мест, то есть 30 % людей могут поставить свой транспорт. Согласно Всероссийскому центру изучения общественного мнения (далее – ВЦИОМ), автомобили имеют 64 % россиян. Простыми словами, среди 1000 человек 640 имеют транспорт, следовательно, 340 людям просто не хватит места. Также согласно ВЦИОМ, 45 % имеют только одну машину, а у 19 % более одной, что ещё сильнее усугубляют проблему. Отсюда ситуация с пробками: при выезде с придомовой территории возникают пробки и – как следствие – дорожно-транспортные происшествия. Ярким примером является город Кудрово, в котором ведётся активная застройка «высотками». Государством не предусмотрена транспортная логистика для такого потокового движения.

Также стоит отметить смешение культур. Россия многонациональная страна, из-за чего происходит хаотичное смешение культурных особенностей постройки зданий. Нет национальной самоидентификации. Всё это смешение происходит хаотично и нелепо, смешение разных стилей разных периодов истории.

И последняя причина является следствием роста городов. Новое строительство увеличивает границы города, и город начинает вбирать в себя заводы, которые плохо сказываются и на здоровье, и на экологической ситуации, что также является следствием сырого законодательства.

Можно отметить и плюсы. Религиозное многообразие: многие города имеют храмы и монастыри разных религий, что благоприятно влияет на культурное развитие и развитие общего кругозора граждан. Богатое культурное наследие: Россия имеет множество исторических городов и памятников архитектуры, которые являются всемирным наследием ЮНЕСКО.

В заключение скажем, что российское градостроение понемногу развивается, во множестве городов создаются проекты по демонтажу старого жилья и разрешению сопутствующих вопросов. Но успеха не достичь, пока не будут созданы новые государственные узкоспециализированные организации в строительной сфере, нужно расширить список, за чем будет осуществляться надзор, и увеличить их полномочия. Решение данных проблем крайне непростая задача. Из-за специфики и особенностей нашей культуры, географических и климатических факторов решение некоторых проблем в ближайшем будущем невозможно, но какие-то вопросы вполне решаемы с помощью вмешательства государства. Не стоит отменять вариант с заимствованием западных концепций строительства. Государство Швеция по множеству факторов похоже на Россию, и можно взять за основу застройку его столицы. В Стокгольме реализуются проекты по развитию бывших портовых и промышленных районов. На месте бывших складов и других промышленных зон массово строят новое жильё. Приоритет отдаётся уютным и качественным «малоэтажкам», небоскрёбы строятся, но основное место занято офисами и инфраструктурными помещениями. Данная концепция «Бери самое лучшее от соседей» благоприятно скажется на развитии градостроительства в России и улучшении отношений с соседскими странами путём обмена опытом и сотрудничества.

## Библиографический список

1. Васильев В. П. Государственное управление / В. П. Васильев. – Москва : ДиС, 2010. – 320 с.

2. СП 42.13330.2016. Свод правил. Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений. Актуализированная редакция СНиП 2.07.01-89\* (утв. Приказом Минстроя России от 30.12.2016 N 1034/пр) ) [Электронный ресурс]. – URL: <https://mchs.gov.ru/uploads/document/2022-03-22/92f1282638e98bee41afccdbc57f247.pdf?ysclid=m2hia4xhox777962471>.

3. Глуховский И. И. Управление городскими системами подачи и распределения воды / И. И. Глуховский. – Москва : Экспо-Медиа-Пресс, 2017. – 368 с.

4. Аникеев В.В. Градостроительные проблемы совершенствования административно-территориального устройства / В. В. Аникеев. – Москва : РГГУ, 2017. – 248 с.

# Цифровизация в управлении проектами государственно-частного партнерства

**А. С. Ермаков**

Омская гуманитарная академия

*Научный руководитель — канд. экон. наук, доцент О. В. Сергиенко*

На современном этапе развития общества цифровизация (внедрение цифровых технологий, цифровая трансформация) является одним из ведущих факторов развития всех сфер деятельности. С учетом общепризнанного понимания того, что взаимовыгодное сотрудничество государства и бизнеса, выражающееся в развитии форм, видов и технологий государственно-частного партнерства (далее – ГЧП), является одним из основных векторов развития отечественной экономики, требует исследования вопроса об основных направлениях цифровизации в сфере управления проектами ГЧП. В таком случае цифровизация в полной мере выступает в качестве эффективного инструмента управления проектами в сфере ГЧП на всех без исключения стадиях.

Решение поставленных задач должно опираться на анализ проблем, возникающих в процессе управления проектами ГЧП, и поиск путей применения цифровых технологий для их решения [1, 2, 3]. Причем соответствующее внедрение цифровых технологий должно касаться всех этапов и стадий управления проектами ГЧП: поиск и отбор проектов, оценка рисков по проектам, определение структуры и механизмов финансирования проектов, мониторинг проектов, контроль выполнения проектов и т. д. Без применения цифровых технологий, опирающихся на единую согласованную систему критериев и показателей, невозможно качественно обеспечить процессы управления проектами ГЧП. Так, на этапе подготовки проекта соглашения о реализации проекта ГЧП, требуется осуществление анализа проекта и расчет его бюджетной эффективности.

Проведение конкурсных процедур также требует использования независимых механизмов, реализация которых возможна на основе применения цифровых технологий. Более того, само информирование максимально возможного спектра потенциальных участников проектов ГЧП, учет и мониторинг поступающих заявок невозможны без использования специальных информационно-

коммуникационных технологий как основы цифровых технологий [4, 5]. По сути, все возможные цифровые модули, используемые на различных стадиях управления проектами ГЧП, могут составить базу более широкого многофункционального интегрируемого инструмента – специальной информационной системы управления проектами ГЧП (далее – ИСУП).

В подобной ИСУП должны присутствовать модули, предназначенные для осуществления типовых, универсальных операций по работе со структурированной информацией, в качестве которой выступают данные о проектах ГЧП (хранение, передача, сортировка, поиск по заданным критериям и т. д.). Однако, наряду с подобными типовыми функциями, в данной ИСУП должны быть реализованы программные модули, реализующие более «тонкие» функциональные возможности, например, связанные с анализом рисков проектов ГЧП.

Вообще, особая значимость работ по анализу рисков обусловлена тем, что анализ рисков является одним из важнейших инструментов, с помощью которого можно обеспечить успешность достижения поставленных целей в любой сфере деятельности, поскольку подобный анализ дает возможность предотвратить негативные последствия и повысить эффективность деятельности. Риски с экономической точки зрения в широком смысле – это вероятность недополучения запланированных доходов. Именно риски выступают в качестве одного из важнейших факторов принятия оптимальных управленческих решений, связанных с реализацией проектов в самых различных сферах и, в том числе в сфере ГЧП [3, 5]. Причем эффективный и результативный анализ рисков невозможен без использования современных цифровых технологий, основывающихся на применении специальных методов и моделей.

Рассмотрим в качестве примере возможность применения цифровых технологий, основывающихся в данном конкретном случае на использовании широко распространенным программным обеспечением (далее – ПО) Microsoft Excel, для экспертной оценки рисков, связанных с управлением проектами ГЧП. Речь идет о реализации такого метода экспертных оценок как метод парных сравнений. Данный метод основан на попарном сравнении некоторых альтернатив, в качестве которых применительно к управлению проектами ГЧП могут, например, выступать и сами риски. Так, на-

пример, определим следующие возможные риски, связанные с управлением распространенного класса проектов ГЧП, связанных с проектированием и строительством: Р1 – «качество проектирования», Р2 – «стоимость проектирования», Р3 – «качество строительных работ», Р4 – «сроки завершения строительных работ», Р5 – «стоимость строительных работ», Р6 – «качество рабочей силы», Р7 – «качество оборудования», Р8 – «геотехнические риски», Р9 – «подключение к сетям», Р10 – «погодные условия».

На основе выявленного перечня рисков (Р1, ..., Р10) эксперту необходимо проранжировать данный перечень с целью установления значимости (степени влияния) каждого из выделенных рисков по отношению к выполнению проекта в целом. Для решения данной задачи эксперту необходимо создать квадратную матрицу парных сравнений выявленных альтернатив (ее размер в данном примере будет 10x10). Элементами данной матрицы будут коэффициенты, указывающие «насколько» одна альтернатива предпочтительнее другой. Элемент же матрицы, симметричный относительно главной диагонали имеет обратное значение. Далее необходимо найти цены альтернатив, в качестве которых могут выступать средние геометрические значения элементов каждой из строк матрицы. Далее необходимо найти сумму вычисленных цен альтернатив. Затем находятся веса каждой из альтернатив, представляющие собой частное от деления цены конкретной альтернативы на общую вычисленную сумму вычисленных цен альтернатив. Очевидно, что реализации данного метода наиболее удобным инструментом является ПО Microsoft Excel.

Приведенный пример демонстрирует возможность создания одного из конкретных модулей, связанных с управлением проектами ГЧП. Развитием данной системы может быть реализация на основе цифровых технологий и других существующих и показавших свою эффективность методов и моделей.

### **Библиографический список**

1. Борщевский Г. А. Государственно-частное партнерство : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 314 с. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/536562>.

2. Соколов М. Ю. Государственно-частное партнерство : учебник для вузов / М. Ю. Соколов, С. В. Маслова. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 212 с. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/543706>.

3. Воронцовский А. В. Оценка рисков : учебник и практикум для вузов / А. В. Воронцовский. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 179 с. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/538387>.

4. Системы поддержки принятия решений: учебник и практикум для вузов / В. Г. Халин и др.; под редакцией В. Г. Халина, Г. В. Черновой. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 494 с. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/536232>.

5. Белов П. Г. Управление рисками, системный анализ и моделирование : учебник и практикум для вузов / П. Г. Белов. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 721 с. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/534010>.

# Теоретико-методологические основы мотивации персонала

**А. А. Задохина**

Стахановский инженерно-педагогический институт  
(филиал) Луганского государственного университета  
им. Владимира Даля, г. Стаханов

*Научный руководитель — канд. пед. наук, доцент Н. В. Карчевская*

В современном мире успешное функционирование организации невозможно без эффективной мотивации ее сотрудников. Мотивация – это сложное и многоаспектное понятие, которое играет важную роль в повышении работы организации.

Применение эффективных инструментов мотивации является важнейшей функцией управления, способствующей повышению заинтересованности работников в качественном и результативном труде [3]. Кроме того, эффективная система мотивации способствует сплочению трудового коллектива, улучшению психологического климата и развитию командного духа, а также формированию корпоративной культуры в компании. В результате всех этих факторов производительность труда повышается, финансовые результаты улучшаются, а текучесть кадров сокращается.

Мотивация представляет собой систему внутренних и внешних факторов, которые подталкивают человека к определенным действиям или поведению. Она является двигателем нашей активности и стимулом для достижения поставленных задач. От того, насколько хорошо управление мотивацией работает в организации, зависит не только эффективность работы каждого отдельного сотрудника, но и общие результаты деятельности всего коллектива.

Существует несколько основных типов мотивации, таких как материальная (связанная с вознаграждением), социальная (связанная с признанием и социальным статусом) и личностная (связанная с самореализацией и достижением целей). Каждый из этих типов имеет свои особенности и основывается на различных механизмах. Однако, важно понимать, что эффективность мотивации зависит не только от ее типа, но также от того, насколько хорошо она адаптирована к конкретной организации и ее сотрудникам.

Исследователи в области управления персоналом виды мотивации подразделяют на две большие группы. Первая группа представляет собой внешнюю мотивацию, когда инициатором выступает государство [1] вторая группа – это внутренняя мотивация, когда деятельность, осуществляется внутри компании.

Н. И. Корзенко и А. С. Хорева в своих работах представляют другую классификацию видов стимулирования (рис.) [3].

Материальное стимулирование в свою очередь делится на две группы: материальное стимулирование и косвенно-материальное стимулирование.

К материальному стимулированию относятся:

- заработная плата;
- надбавки и доплаты;
- премии;
- участие в прибыли.



Классификация видов стимулирования

Вторая группа материального стимулирования, известная как косвенное материальное стимулирование, принимает форму не в денежном виде. Сюда входят такие вещи, как ценные подарки, льготы, бесплатное питание, абонементы в спортивные клубы, путевки в санатории и дома отдыха и другие виды мотивации.

Инструменты мотивации, которые направлены на повышение заинтересованности персонала в работе путем использования моральных и психологических стимулов (награды, грамоты, доска почета и т. д.), принадлежат к третьей группе [1].

В процессе управления сотрудниками их мотивации достигается с помощью разнообразных инструментов, которые могут быть комбинированы. Один из эффективных способов мотивации пер-

сонала – предоставление компенсационного пакета. Этот пакет представляет собой награду, которую компания дает своим сотрудникам в качестве возмещения за их вклад в организацию – собственное время, здоровье и результаты работы. Компенсационный пакет может быть представлен сотрудникам, как в форме материальных благ, так и в форме нематериальных преимуществ.

Т. В. Лукьянова определяет компенсационный пакет, как эффективный инструмент мотивации персонала. По ее мнению, его формирование происходит в рамках корпоративной политики организации и содержит различные виды материальных компенсаций, к которым можно отнести: надбавки к заработной плате, премии, дополнительное страхование сотрудников, предоставление бесплатного питания и иные формы материального вознаграждения. Кроме того, компенсационный пакет может содержать различные инструменты нематериального вознаграждения (присвоение званий, похвала, предоставление привилегий).

Л. В. Карташова отмечает, что компенсационный пакет должен иметь четкую привязку к результатам труда каждого отдельного сотрудника, что обеспечивает эффективность его использования [2].

По мнению Н. В. Федоровой компенсационный пакет может быть определен как совокупная стоимость затрат на сотрудников, направленных на обеспечение выполнения ими своих должностных обязанностей в организации и получения конечных результатов [5]. Компенсационный пакет должен формироваться исходя из личного вклада каждого работника в результат деятельности компании и включать различные инструменты стимулирования, как материальные, так и нематериальные. Такой индивидуальный подход способствует тому, что учитывается индивидуальный вклад каждого работниками, однако он может быть очень громоздким и труднореализуемым в условиях крупной компании.

В условиях крупной компании индивидуальный подход может быть очень громоздким и труднореализуемым, однако он способствует учету индивидуального вклада каждого работника.

По данным исследовательского центра Кадрового дома «СуперДжоб», компенсационный пакет включает в себя три основные составляющие:

– социальные льготы, описанные в трудовом законодательстве Российской Федерации;

- дополнительные социальные льготы, предоставляемые сотрудникам непосредственно организацией;
- денежные выплаты, предоставляемые работнику как в фиксированной, так и в переменной форме.

Основой осуществления действий человека является его мотивационная структура, которая может быть определена несколькими мотивами, взаимодействующими между собой по степени их влияния на поведение. Влияние на мотивационную структуру оказывают различные факторы, такие как ценностные ориентации, характер, должность, квалификация и статус. Мотивы человека обладают определенной стабильностью и определяют его поведение.

В учебном пособии И. В. Мишуровой, П. В. Кутелева «Управление мотивацией персонала» о мотивации говорится следующее: «мотивация – это процесс побуждения работников к деятельности для достижения целей организации» [4].

В. Р. Веснин («Основы менеджмента») придерживается мнения, что «мотивация представляет собой процесс создания условий, оказывающих воздействие на поведение человека и позволяющих направить его в нужную для организации сторону, заинтересовать его в активной и добросовестной работе, старательности при выполнении возложенных на него задач». Такие условия получили название «мотивы» («мотив» с фр. франц. – побудительная причина, повод к тому или иному действию. Мотив имеет «персональный» характер, зависит от множества внешних и внутренних по отношению к человеку факторов, а также от действия других, возникающих параллельно с ним мотивов. Мотив не только побуждает человека к действию, но и определяет, что надо сделать и как будет осуществлено это действие.

Исследованиям проводимые в этой области, например, показывают что, около 20 % людей, обладающих достаточным состоянием, не желают работать ни при каких обстоятельствах. Остальные 36 % готовы работать только при наличии интересной работы, чтобы избежать скуки и одиночества. Еще 14 % людей работают из-за страха «потерять себя», а 9 % получают радость от работы. Только около 12 % людей мотивируются деньгами, в то время как 45 % предпочитают славу. 35 % людей удовлетворены содержанием своей работы. Человек может воздействовать на свои мотивы, приглушая их действие или даже устраняя их из своей мотивационной совокупности.

В отличие от молодых, люди в возрасте более ценят гарантии занятости и уважение. Более образованные люди склонны больше полагаться на внутренние факторы мотивации и они более удовлетворены существующими внешними условиями работы.

Работники, занимающие высокое служебное положение и получающие более высокие зарплаты, также ориентируются на внутренние факторы. Таким образом, мотивационная структура поведения людей различна.

Мотивы могут быть внутренними или внешними. Внутренние мотивы связаны с отношением человека к своей деятельности, в то время как внешние мотивы связаны с воздействием внешних факторов. Внешние мотивы называются стимулами и могут быть материальными или нематериальными. Внутренними мотивами также могут быть любовь к своей работе, стремление к самосовершенствованию и интерес к работе.

Мотивы, которые возникают внутри человека, определяются его желанием получить удовлетворение от имеющегося у него объекта, который он хочет сохранить, или избавиться от объекта, который не приносит ему удовлетворения. Внешние мотивы направлены на получение отсутствующего объекта или, наоборот, на избегание его. Таким образом, мотивы отличаются и по своему характеру: они могут быть позитивными (желание приобрести, сохранить) или негативными (желание избавиться, избежать).

Примером позитивного внешнего мотива поведения может быть премия, которую человек получает за хорошую работу, а негативным мотивом – наказание за невыполнение задания. Позитивным внутренним мотивом может быть увлекательность занятия, а негативным – его рутинность, из-за которой человек стремится избавиться от этой деятельности.

Между результатом человеческой деятельности и мотивацией не существует определенной связи, поскольку на них влияют случайные факторы и субъективные моменты, такие как возможности человека, его непонимание ситуации, внутренний настрой и влияние третьих лиц. Мотивы зависят от потребностей человека, которые возникают из-за недостатка чего-то или необходимости в чем-то, без чего он чувствует дискомфорт и неуравновешенность. К ним относятся потребности в пище, воде, тепле, а вторыми – потребности в общении, получении знаний, самореализации. Человек стремится преодолеть

эти потребности. Потребности могут быть врожденными (физиологическими) или приобретенными (социальными).

Понимание сущности мотивации и ее роли в повышении работы организации имеет фундаментальное значение для успешного управления персоналом. Литературный обзор по данной теме позволяет ознакомиться с различными концепциями и подходами к мотивации, что поможет менеджерам и руководителям эффективно применять соответствующие методы стимулирования своих сотрудников. Правильная мотивация способна значительно повысить работу организации и достичь успеха на рынке.

### **Библиографический список**

1. Ильченко С. В. Роль мотивационного подхода в обеспечении эффективной работы персонала организации / С. В. Ильченко // Наука и технологии: актуальные вопросы, достижения, инновации. Сборник докладов и материалов Национальной научно-практической конференции. АНО ВО Институт непрерывного образования. Москва, 28-29 октября 2017 г. – С. 114–121.
2. Карташова Л. В. Организационное поведение : учебное пособие / Л. В. Карташова. – Москва : ИНФРА-М, 2018. – 157 с.
3. Корзенко Н. И. Стимулирование и мотивация труда в организации / Н. И. Козенко // Вестник ЧелГУ. – 2019. – № 1 – С. 114–119.
4. Потемкин В. К. Управление персоналом / В. К. Потемкин. – СПб. : Питер, 2019. – 332 с.
5. Федорова Н. В. Управление персоналом (для СПО) / Н. В. Фёдорова, О. Ю. Минченкова. – Москва : КноРус, 2017. – 364 с.

# Государственная поддержка киберспорта в России

**М. М. Искаков**

Омская гуманитарная академия

*Научный руководитель — канд. экон. наук, доцент Н. Е. Алексеев*

Киберспорт – это общее название соревновательных видеоигр. При этом состязание может проходить в командной и одиночной форме зачета. Суть киберспорта заключается в том, что участники турниров и их организаторы соблюдают определённые условия. В первую очередь это возможность подключения к игре большого количества пользователей. И ее разработчики должны заранее подумать над тем, чтобы все геймеры, участвующие в матче, имели примерно равные условия в начале состязания.

Указанные условия позволяют игрокам проявить своё мастерство и выиграть за счёт приобретённых способностей. Если баланс выстроен правильно, то элементы случайности минимальны. За счёт того, что каждый игрок демонстрирует индивидуальный подход к процессу и развивается так, как считает нужным, каждый турнир неповторим. Эта особенность привлекает внимание зрителей и вызывает у людей желание принимать участие в подобных матчах.

Существует и третье условие для проведения турниров киберспорта – это чёткость и доступность для восприятия элементов, возникающих на экране. Соблюдение этого условия позволяет сделать турнир более понятным игрокам, а организаторам – успешно решать спорные ситуации и вести трансляции. Разработчикам приходится учитывать множество нюансов, включая отбор участников и качество сетевого кода, чтобы соревнование можно было отнести к матчам киберспорта.

В семидесятых годах прошлого века в России появились первые игровые автоматы. Это событие положило начало развитию русского киберспорта.

В конце XX века мало у кого из населения России в доме был персональный компьютер, но многие могли похвастаться приставкой Dandy. Она представляла собой консоль, подключенную к телевизору с помощью проводов. В приставку нужно было вставлять

картриджи с играми. Для управления персонажами геймеры использовали специальные джойстики.

Например, это Sega Mega Drive, Sony Playstation и другие. Многие из них популярны у любителей и в наше время. Со временем персональные ПК приобретали всё большую популярность, и посетители этих клубов начали принимать участие в соревнованиях в играх, известных по всему миру.

В 2000 году в России была организована Федерация компьютерного спорта. Она следила за достижениями игроков и проводила соревнования.

Сумма денежного вознаграждения для победителей турнира достигла 7 млн рублей.

Сегодня Федерация компьютерного спорта (ФКС) России работает уже более 20 лет. За это время было проведено более 1 000 соревнований, в которых приняли участие более полумиллиона игроков.

Наиболее значимыми из них стали: Чемпионат России по компьютерному спорту (20 тысяч участников в 2022 году), Кубок России по киберспорту (свыше 26 тысяч участников в 2019 году), Всероссийская киберспортивная студенческая лига (более 250 вузов-участников в сезоне 2019-2020 гг.) и Чемпионат России по компьютерному спорту. Помимо проведения матчей, ФКС организует обучение киберспорту для судей и тренеров, формирует команды и занимается популяризацией данного вида досуга среди населения. Практически в любом регионе России можно найти филиал Федерации компьютерного спорта.

Геймеры из России и стран СНГ были и остаются среди лидеров в большинстве киберспортивных дисциплин. Это можно легко связать с доступностью, скажем, в России хороший и дешёвый интернет, большой выбор компьютерной техники и комплектующих (по крайней мере, так было до пандемии и дефицита видеокарт). Есть и другие причины – богатая история отечественного киберспорта, различные проблемы с реализацией в традиционных видах спорта.

2021 год стал по-настоящему прорывным даже для нашего общества. Россия и страны СНГ доминировали в нескольких самых известных дисциплинах, показав прекрасные результаты в ряде других. Победа Team Spirit на The International 10, где пятеро игроков из России и Украины забрали рекордные 18 млн долларов (ко-

манду поздравил даже президент Путин), – фантастика, но это лишь верхушка айсберга.

Например, наши команды по самому известному шутеру Counter-Strike в 2021 году выиграли 11 крупных мировых чемпионатов из 13, в том числе главный турнир – PGL Major Stockholm с призовым фондом 2 млн долларов. Украинская NAVI и российская Gambit Esports – две лучшие команды в мире, а ряд других коллективов из СНГ регулярно принимает участие в главных событиях мира CS:GO.

Команда Gambit Esports по новому шутеру Valorant победила на Masters в Берлине и дошла до финала первого чемпионата мира. В другом шутере, Rainbow Six Siege, высокие позиции в мире сохраняет российская Team Empire, которая в 2021 году заняла второе место на мейджоре. Топы турниров по королевским битвам Fortnite, Apex Legends и PUBG тоже не обходятся без наших команд – победы и призовые места редкостью уже не назвать.

Легендарный Дмитрий Гарри Костин побеждает на турнире с самым большим призовым в истории стратегии Warcraft 3, не проиграв ни карты. В стратегии Age of Empires 2 на чемпионате King of the Desert 4 на первые роли выходит Дмитрий Vinchester Смирнов. Русскоязычные игроки всё успешнее сражаются в мобильных PUBG, Clash Royale, Brawl Stars и так далее – раньше считалось, что это полностью азиатский рынок.

Благодаря этим успехам индустрия киберспорта в России стремительно развивается. Регулярно проводятся соревнования в школах и вузах, турниры для начинающих устраивает государство, появилось несколько клубов мирового уровня со своими академиями, а время в компьютерном клубе или компьютер с высокоскоростным интернетом обходится не так дорого – по крайней мере, если сравнивать цены с расходами на другие виды спорта.

Сейчас едва ли не лучший момент, чтобы войти в индустрию киберспорта. К сфере привлечено внимание общественности, чиновников и бизнесменов, поэтому стоит ожидать расширения возможностей для российского соревновательного гейминга. О киберспорте говорят везде, готовятся новые проекты с большими инвестициями.

Поддержка государства. Член комитета по спорту ГД Дмитрий Пирог по итогу заседания рабочей группы по киберспорту выделил

главное направление в сфере – это поддержка молодых спортсменов, которые в будущем станут высококлассными IT-специалистами.

«Самое главное, как нам кажется, киберспорт – это молодые ребята, которым необходимо дать возможность реализовываться в России. Это будущие специалисты высокого уровня, IT-специалисты. Как правило, молодежь, если ей не предоставляются какие-то условия, если ей не комфортно, уезжает за рубеж. Мы должны приложить максимум усилий к их поддержке, чтобы ребята оставались здесь и могли себя реализовывать», – заявил Пирог журналистам.

Депутат фракции «Новые люди», Заместитель Председателя Комитета Госдумы по физической культуре и спорту, Амир Хамитов, заверил киберспортсменов, что они не останутся без поддержки в трудное время – будет проводиться объемная работа по улучшению условий развития киберспорта в России.

Фракцией «Новые люди» была проявлена инициатива поддержки современного киберспорта в России, которому, по мнению политиков, сейчас уделяется недостаточно внимания. Цель – проработать возможные меры государственной поддержки для киберспортсменов, в том числе отсрочку от армии и льготы по ипотечным кредитам.

В интересах государственной власти поддержать молодое поколение в реализации на киберплощадках. Российская киберсборная неоднократно показывала наивысшие результаты на мировых состязаниях. Однако, в текущем сезоне ситуация была поистине напряженная: команды исключали из рейтингов, не приглашали на турниры или предлагали в ультимативном порядке выступать за нейтральную территорию. Российские сборные были действительно персонами нон грата

В России стать частью киберспорта несложно: первые шаги можно сделать в своей школе или в вузе. Есть много хороших клубов и турниров, видеоиграми интересуется очень много молодых людей. Большому сообществу – большие победы, наши команды и игроки часто становятся лучшими почти во всех известных дисциплинах.

Лучшие могут зарабатывать миллионы долларов, но даже средний киберспортсмен может получать несколько тысяч в месяц. Результат решает не всё – можно попробовать себя в другой сфере, работая комментатором, тренером и стримером. Это тоже приносит хороший доход.

Успеха чаще всего добиваются молодые люди. Средний возраст киберспортсмена – 22 года, но начинать карьеру надо намного раньше. В этот период очень нужна поддержка родителей, семьи и друзей: важно понимать, что киберспорт давно стал серьёзной индустрией, а не просто «игрушками» для подростков.

### **Библиографический список**

1. Киберспорт в России и странах СНГ: популярность, высокие зарплаты и карьерные возможности [Электронный ресурс] // Skillbox. – URL: <https://skillbox.ru/media/gamedev/kibersport-v-rossii-i-stranakh-sng-populyarnost-vysokie-zarplaty-i-karernye-vozmozhnosti>.
2. Что такое киберспорт сегодня и как он устроен [Электронный ресурс]. – URL: <https://games.mail.ru/pc/articles/feat/chto-takoe-kibersport-segodnya-i-kak-on-ustroen>.
3. Киберспорт: требования, зарплаты, проблемы, перспективы [Электронный ресурс]. – URL: <https://gb.ru/blog/kibersport>.
4. Что такое киберспорт? // Киберспорт.РФ [Электронный ресурс]. – URL: <https://киберспорт.рф/esport>.

# Механизмы развития инновационной деятельности предприятия

**В. Д. Казицкая**

Омская гуманитарная академия  
*Научный руководитель — канд. экон. наук,  
канд. ист. наук, доцент Н. А. Левочкина*

Сегодня ни одно предприятие не обходится без определенных нововведений, иными словами, инноваций. Именно благодаря им сегодняшние предприятия могут оставаться конкурентоспособными на рынке и именно они обеспечивают им устойчивый успех.

Инновациями принято считать новшество, которое характеризуется существенным отличием от предыдущего аналога. Инновацией может быть новый или усовершенствованный продукт, услуги, изменения производственного процесса и технологий и т. д. Исходя из этого, можно сказать, что инновации являются одной из основных сил развития предприятия, поэтому руководству необходимо уметь правильно и рационально управлять инновационной деятельностью, которая является составной частью и одной из главных составляющих стратегической деятельности предприятия. Таким образом, данная тема актуальна в наши дни, так как без правильного управления инновационной деятельностью предприятие не сможет выстоять в условиях конкуренции на рынке.

Инновационным процессом принято называть процесс по преобразованию специализированного научного знания непосредственно в инновацию, иначе говоря, в последовательно параллельную совокупность различных действий или выполняемых работ, которые связаны с организацией и последующим осуществлением инновационной работы по доведению подобной идеи до фактического продукта, необходимой технологии или же услуги, а также распространения для конкретного использования на практике.

Можно говорить о том, что информационное обеспечение инновационного развития играет значимую роль в развитии предприятий. Информация служит для оценки затрат предприятия на инновации, источников и способов финансирования нововведения, расчетов сроков окупаемости и эффективности проектов. Обычно под инновационной активностью принято понимать такую характери-

стику, которая показывает степень интенсивности и своевременности действий по количественному и качественному потенциалу. Особую роль в подобном процессе выполняют субъекты, а также объекты реализуемого инновационного процесса. Субъектами инновационной деятельности являются физические или же юридические лица, которые принимают непосредственное участие в формировании инновации на различных этапах данного процесса.

Объектами инновационной деятельности, в условиях современности, принято считать фактические результаты инновационной деятельности, а именно явление в реальности определенного продукта, улучшенного или же абсолютно нового. Также объектом можно считать процесс, в отношении которого возникают экономические или же правовые отношения непосредственно между участниками реализуемой инновационной работы.

Наличие у предприятия ресурсного потенциала, а именно: финансового, материально-технического, информационного, кадрового и т. д., служит основой для проявления инновационной активности. Но для того, чтобы эти ресурсы выполняли функцию реализации конкретных инновационных технологий, предприятие должно обладать способностью максимально эффективно использовать данные ресурсы. Такая способность может быть достигнута с помощью реализации финансовых, экономических и институциональных механизмов. Необходимо отметить, что наибольший уровень инновационной активности предприятий отмечается в том случае, когда наличие благоприятных социально-экономических и институциональных условий сочетается с самоорганизационными инновационными процессами в экономической системе, а также при наличии внутренних стимулов у субъектов предпринимательства к осуществлению инноваций.

Наиболее распространенными стимулами инновационной активности предприятий, как показывает отечественный и мировой опыт, являются следующие: предоставление беспроцентных ссуд и дотаций, прямое финансирование инновационных разработок, снижение государственных пошлин, отсрочка или полное освобождение от них, а также предоставление ряда других льгот и преференций экономического характера.

Основным источником финансирования затрат на технологические инновации остаются собственные средства организаций (табл. 1).

Таблица 1 – Структура затрат на технологические инновации крупных и средних организаций по источникам финансирования, %

Показатели	2010 г.	2016 г.
Собственные средства организаций	70,2	50,6
Прочие источники финансирования	22,7	30,6
Средства федерального бюджета	4,3	17,4
Иностранные инвестиции	2,4	0,8
Бюджеты субъектов РФ и местные бюджеты	0,4	0,2
Фонды поддержки научной, научно-технической и инновационной деятельности	0,03	0,4

Как видно из табл. 1, по сравнению с 2010 г. структура затрат на технологические инновации по источникам финансирования претерпела изменения. Так, доля собственных средств организаций сократилась на 19,6 п. п., в то время как доля средств федерального бюджета увеличилась на 26,3 п. п. Заметно уменьшилась доля иностранных инвестиций с 2,4 до 0,8 %.

Современная отечественная система стимулирования инновационной деятельности на данном этапе развития сталкивается с множеством противоречий, снижающих эффективность ее действия, а следовательно, предполагает необходимость разработки стратегических мер, обеспечивающих не только преодоление, но и предотвращение этих несоответствий. Поэтому актуальность исследований существующих несоответствий в данной системе представляется целесообразной и позволит выделить возможные направления их разрешения, что предоставит возможность повысить эффективность функционирования системы стимулирования инноваций в целом.

Достаточно низкая инновационная активность российской экономики (62 место из 142 стран) в целом не является итогом отсутствия стимулирующего механизма инноваций в нашей стране. Данный механизм существует, но носит преимущественно финансово-налоговый характер и не оказывает должного воздействия на инновационную активность субъектов.

Оценка инновационной деятельности организаций основывалась на следующих абсолютных и относительных показателях: уровень инновационной активности, затраты на инновации, структура затрат на технологические инновации, объем инновационной про-

дукции и его структура, объем экспорта инновационной продукции (рис. 1).

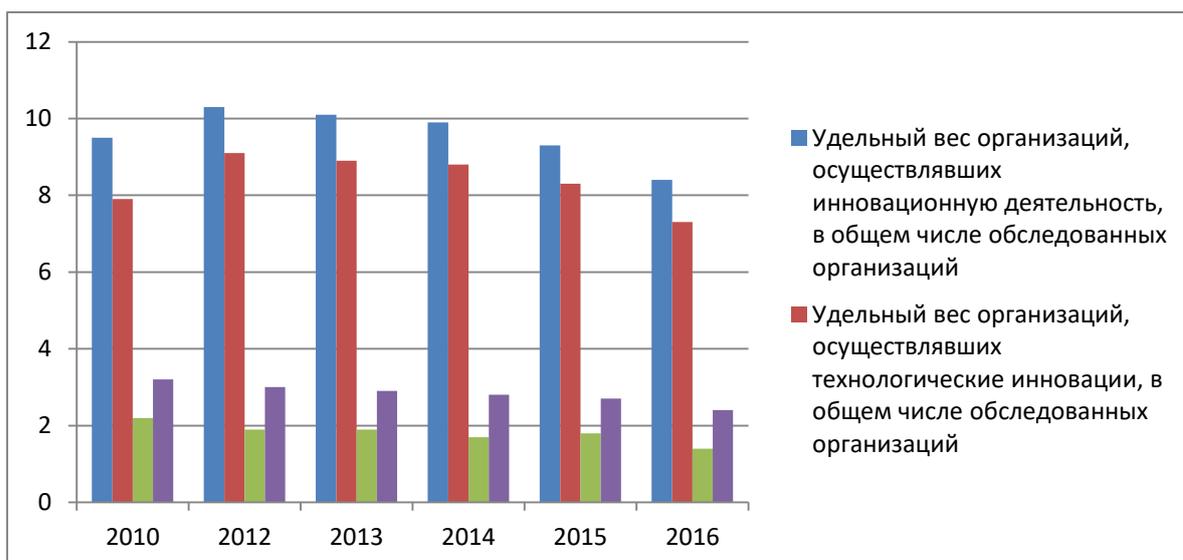


Рис. 1. Уровень инновационной активности крупных и средних организаций, %

В 2016 г. совокупный уровень инновационной активности организаций составил 8,4 % (рис. 1). По сравнению с 2015 г. значение показателя снизилось на 0,9 п. п. На протяжении 2012–2016 гг. значение данного показателя уменьшается, причем в последние два года это сокращение ускорилось. Данная тенденция существует и для показателя, который характеризует уровень инновационной активности организаций, осуществлявших технологические инновации. В 2016 г. технологическими инновациями занимались 7,3 % организаций, организационными – 2,4 %, маркетинговыми – 1,4 % (рис. 1).

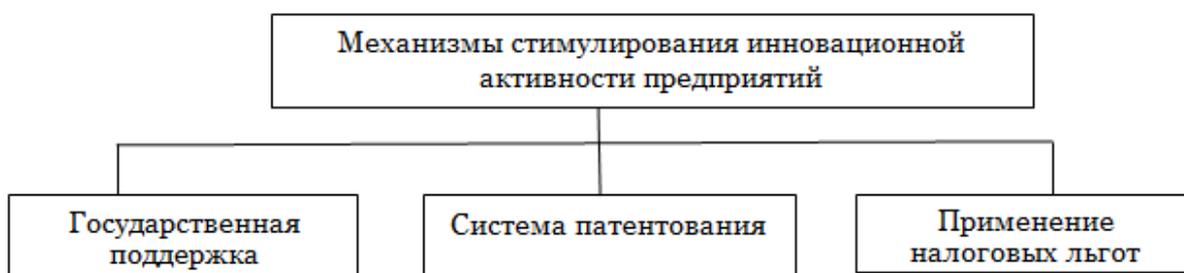


Рис. 2. Эффективные механизмы стимулирования инновационной активности предприятий

Исходя из полученных результатов, можно порекомендовать следующие мероприятия для стимулирования инновационной деятельности на нынешнем этапе, а именно:

- формирование специализированных программ, в сфере конкурсной работы для фактической поддержки малых инновационных фирм;

- осуществление прямого финансирования создания инновационной продукции, а также технологий;

- предоставление различных ссуд, в сфере беспроцентного предоставления денежных средств;

- дотации и формирование частных инвестиционных, а также венчурных фондов;

- фактическое уменьшение государственных, а также региональных пошлин, взимаемых с индивидуальных изобретателей;

- отсрочка фактической выплаты пошлин или же полное освобождение от них, в том случае, если конкретное изобретение касается сферы экономии энергии;

- предоставление специализированных льгот и различных преференций, которые специализируются на активизации взаимодействия фирм, НИИ, функционирующих университетов при процессе реализации инновационных проектов;

- безвозмездное ведение необходимого делопроизводства по существующим заявкам индивидуальных изобретателей, а также бесплатные услуги патентных поверенных, в том числе освобождение от фактической оплаты пошлин.

Формирование и развитие организационно-экономического механизма инновационной деятельности должно быть направлено на планирование и организацию мероприятий по интенсификации и стимулированию инновационной деятельности, а также мониторинга, оценки и контроля за ее результатами. Для обеспечения большей эффективности, структура организационно-экономического механизма управления инновационной деятельностью должна состоять не менее чем из пяти ключевых модулей (табл. 2).

Состав перечисленных модулей организационно-экономического механизма реализуется с помощью социально-экономических, организационно-технических, информационных и правовых методов, объединенных по характерным признакам в правила, методы, инструменты (рычаги) и процедуры. При этом правила являются основанием инновационной деятельности.

**Таблица 2 – Модули структуры организационно-экономического механизма управления инновационной деятельностью предприятия**

Модули	Сущность	Состав, назначение
1	Техническое обеспечение инновационной деятельности	Определяет технологии и оборудование, которые могут использоваться при создании инновационной продукции, состояние основных производственных фондов, их технологическое обслуживание, перспективные планы их обновления
2	Финансово-экономическое обеспечение инновационной деятельности	В него входят необходимые финансовые и управленческие ресурсы, которые могут быть вовлечены в инновационную деятельность, а также необходимые условия для их рационального использования, формирование предложений по необходимым структурным изменениям
3	Правовое обеспечение	Обеспечивает юридически грамотное сопровождение инновационной деятельности
4	Информационное обеспечение	Обеспечивает своевременное получение субъектами управления необходимой информации по созданию и коммерциализации инноваций в сплошной цепочке создания ценностей, оказания консалтинговых услуг
5	Организационное обеспечение	Обеспечивает создание оптимальных условий по достижению поставленных целей инновационной деятельности, обеспечению контроля за ее осуществлением на предприятиях

Социально-экономические методы должны создать условия для эффективного осуществления инновационной деятельности всем участникам данного процесса. Организационно-технические методы должны обеспечить необходимыми ресурсами функционирование организационно-экономического механизма управления инновационной деятельностью и создать условия учета возникающих рисков и неопределенностей. Правовые методы должны обеспечить юридическое сопровождение деятельности, в свою очередь, информационные методы должны создать условия обеспечения мониторинга, оценки и контроля за инновационной деятельностью и инновационным потенциалом, получение необходимой информации для создания и коммерциализации инноваций.



Рис. 3. Элементы институционального механизма стимулирования инновационной деятельности предприятий

Аспектом, который следует рассматривать на региональном уровне, являются инфраструктурные особенности региона в сфере инноваций, а также в целом специфические территориальные условия и применяемые инструменты стимулирования новаторской деятельности.

Это направление может быть представлено в нескольких аспектах: во-первых, устранение противоречий между уже существующими инфраструктурными составляющими инновационной сферы страны; во-вторых, создание необходимых компонентов, разрешающих противоречия, обусловленные отсутствием необходимых инфраструктурных элементов.

Сложившаяся российская инфраструктура в сфере инноваций нуждается в подобной модернизации. Во-первых, отсутствие четкого разделения на науку и проектирование, а также НИОКР по бизнес-направлениям требуют внесения дополнительных корректив в инфраструктурный комплекс с выделением таковых.

Рассмотрев необходимые изменения на микро и мезоуровнях, мы акцентировали внимание на тех областях, которые, в конечном итоге, будут представлены на макроуровне: совершенствование законодательной базы в сфере инноваций; взаимодействие ТПП с ре-

гиональными властями и федеральной властью; развитие региональных инфраструктурных составляющих.

Исходя из вышеизложенного, следует сделать вывод о том, что комплексное изменение институционального механизма стимулирования инновационной деятельности предприятий в отдельном регионе способно содействовать повышению уровня инновационной активности российской экономики. Комплексность и системность изменений должна быть отражена при разработке стратегических целей региональной политики, которая в определенных аспектах зависит от одновременного изменения на федеральном уровне; на мезоуровне – эффективное преодоление социокультурного барьера возможно в рамках Российской Федерации лишь в региональных масштабах в связи со специфичностью и разнообразием традиций, обычаев и территориальных условий; на микроуровне рациональная кадровая политика поможет избежать аутсайдерских проявлений внутри организации, а значит, позволит повысить уровень доверия менеджеров к сотрудникам, и снизит дистанцию власти в рамках отдельного предприятия.

Совокупное осуществление мер, направленных на изменение институциональной составляющей в рамках стимулирования инновационной деятельности предприятий, способно повысить эффективность применения экономической мотивации в рамках регионов России.

### **Библиографический список**

1. Официальный сайт Всемирного Банка [Электронный ресурс]. – URL: <http://data.worldbank.org/topic/science-and-technology>.
2. Алешина И. Открытые инновации: кросс-культурные факторы в условиях глобализации [Электронный ресурс]. – URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2010/2650>.
3. Культурные различия в бизнесе: вопрос власти [Электронный ресурс] // Experto24.ru. – URL : <http://www.experto24.ru/bisnes-i-upravlenie/internationalnii-busines/kulturnyerazlichija-v-biznese-vopros-vlasti.html>.
4. Лебедева Н. Н. Идентичность человека как фактор мотивации экономической деятельности // Вестник ВолГУ. Сер. 3. Экономика. Экология. – 2017. – № 1. – С. 251–259.
5. Никулина О. В., Власенко В. С. Развитие новых форм и инструментов управления инновационной деятельностью международных компаний // Экономика устойчивого развития. – 2017. – № 1 (29). – С. 315–329.
6. Шарифова А. А. Роль инновационной деятельности в функционировании предприятия [Электронный ресурс] // European Student Scientific Journal. – 2013. – № 2. – URL: <http://sjes.esrae.ru/3-145>.

# Принципы, методы и виды планирования в управлении предприятием

**В. Д. Казицкая**

Омская гуманитарная академия

*Научный руководитель — канд. экон. наук, доцент Н. Е. Алексеев*

Значение планирования очень велико: с помощью планов, основанных на фактах хозяйственной деятельности предприятия (организации), анализа плана за предыдущие года, можно эффективно управлять хозяйственной деятельностью предприятия (организации). Планирование является важной функцией управления на предприятии (организации), благодаря планам компания может избежать краха.

Поэтому актуальность планирования не потеряла своего значения, а можно сказать, видоизменила его. В условиях конкуренции и изменяющейся внешней среды эффективного управления компанией можно добиться благодаря планированию. Чтобы составить точный и эффективный план, в его разработку подключаются другие отделы предприятия (организации), а также мастера объектов, цехов, участков и т. д.

Для того чтобы лучше разобраться, что такое планирование, рассмотрим принципы, методы и виды планирования на предприятии (в организации).

Впервые принципы планирования были предложены Анри Файолем, который понимал под ними определенные правила и требования, необходимые для разработки хорошей программы действия. Всего принципов было сформулировано шесть: необходимость, единство, непрерывность, гибкость, точность, участие (табл.).

Исходя из таблицы, можно сделать вывод, что все принципы дополняют друг друга и взаимосвязаны. Благодаря принципам планирования можно создать благоприятное условие для эффективной работы предприятия (организации) и сократить вероятность появления отрицательных результатов.

Наряду с принципами различают и сформированные на их основе методы планирования, понимаемые как способы, приемы и подходы к решению определенных задач.

Таблица 1 – Принципы планирования

№	Наименование принципа	Описание принципа
1	Принцип необходимости	Обязательное использование планов при выполнении любого вида трудовой деятельности
2	Принцип единства (системность)	Состоит из элементов и уровней задач взаимосвязанных друг с другом
3	Принцип непрерывности	Цикличность планов. На смену старым приходят новые планы
4	Принцип гибкости	Способность плана менять свою направленность в зависимости от появления непредвиденных обстоятельств
5	Принцип точности	Конкретика в планах и детальное описание
6	Принцип участия	В разработке плана участвуют еще те, кто будет реализовывать план в жизнь

Перечень методов планирования достаточно обширен – это научные, экспериментальные, нормативные, балансовые, эвристические, экономико-математические, сетевые и целый ряд других. Использование того или иного метода либо их группы зависит от целей предприятия, полноты исходной информационной базы, системы нормативов, периода планирования и т. д. Из названных методов наиболее распространенными считаются традиционные – балансовые и нормативные.

В последнее время особую популярность приобрели следующие методы планирования (рис. 1).



Рис. 1. Методы планирования

Метод чувствительности дает возможность провести оценку плана, если изменятся условия его реализации или один из исходных параметров.

Проверка устойчивости – приблизительное предвидение ситуации в реализации плана, которые могут произойти во внешней и внутренней среде предприятия (организации).

Предельный анализ – контроль за прибыльным соотношением издержек и доходов предприятия (организации). Так же допускается установление соотношения.

Нормы прибыли на вложенный капитал – показывает связь между доходом предприятия (организации) и его капиталом.

Эти методы присущи планированию в условиях рыночной экономики и ранее в отечественной практике не рассматривались.

Исходя из вышеизложенного можно сделать вывод, что метод планирования – это разработка четкой цели, конкретный способ решения появившейся проблемы.

Все виды планов на предприятии могут быть систематизированы по разным классификационным признакам.

Таблица 2 – Признаки по классификации

№	Признак	Вид планирования
1	Содержание плана	Организационно-техническое Социально-трудовое Снабженческо-финансовое
2	Уровень управления	В зависимости от линейных звеньев
3	Методы обоснования	Рыночное Индикативное Административное Централизованное
4	Время действия	Краткосрочное или текущее (в пределах года) Среднесрочное (до 3 лет) Долгосрочное или стратегическое (более 3 лет)
5	Тип целей	Оперативно-тактическое (завоевание рынка сбыта, приближение к лидеру и т. п.) Стратегическое (достижение идеала) Нормативное (правильный выбор идеала)

Благодаря признакам можно правильно и четко составить план для предприятия (организации). Они направлены на достижение определённой цели, тесно связаны с разработкой будущего проекта. Представляют собой упорядоченный процесс выполнения конкретных действий. Так же связаны с обработкой информации.

По срокам различают следующие виды планирования, которые представлены на рис 2 [2, с. 195]

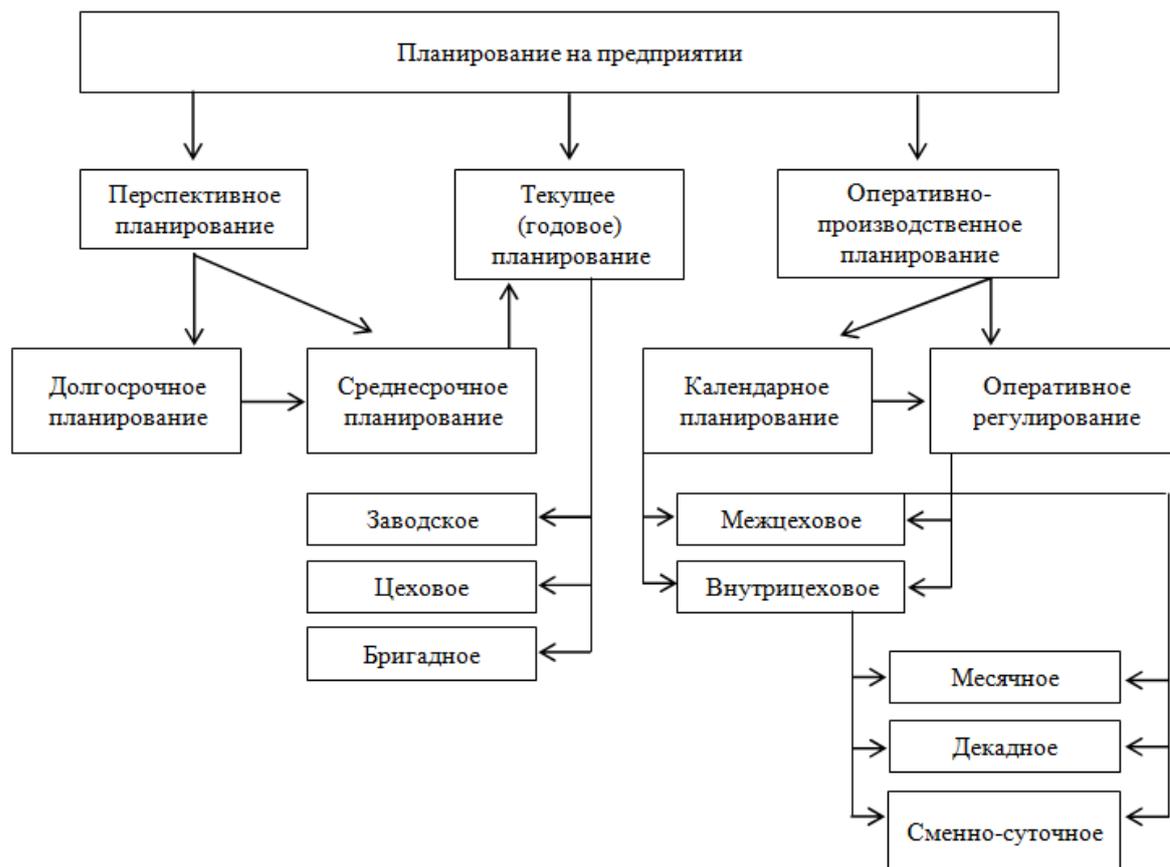


Рис. 2. Планирование на предприятии

Перспективное планирование – с его помощью прогнозируют потребность в новых видах товаров, продукции. Относится к долгосрочному планированию (10–15 лет) и так же к среднесрочному (5 лет).

Текущее (годовое) планирование – разрабатывается в разрезе пяти лет. Делится на заводское, цеховое и бригадное.

Оперативно-производственное планирование составляется на более короткое время (месяц, декада, смена, час). Такое планирование приводит к более ритмичной работе. Такие планы предоставляются непосредственно рабочим, для прodelьвания работ.

В завершение следует сказать, что без знания принципов, методов и видов планирования нельзя составить точный план, на основе которого будет работать все предприятие (организация). Благодаря принципам мы можем поставить перед собой четкие цели планирования и знать, какой метод применить к тому или иному принципу.

На основе сроков планирования, можно разработать план на разные отрезки времени. Что благоприятно сказывается на работе

предприятия (организации) и то, что планы раздаются не посредственно мастерам, прорабам, ответственным за участок и тд. Обеспечивает более качественное выполнение работ и более точное соответствие с планом. Так же мастер если видит какие-то нюансы он может сообщить это непосредственно к разработчикам плана для того чтоб внесли изменения в план. Этим краткосрочные планы на месяц, декаду и час более удобные, так как руководство непосредственно работает с мастерами на объектах.

### **Библиографический список**

1. Бутов Г.Н. Планирование на предприятии :учебное пособие / Г. Н. Бутов. – Казань : КФ ВГАВТ, 2010. – 86 с.
2. Уткина Л. В. Экономика предприятий : учебное пособие / Л. В. Уткина; Алт. гос. техн. ун-т, БТИ. – Бийск : Изд-во Алт. гос. техн. ун-та, 2010. – 207 с.
3. Лущикова А. П. Планирование на предприятии : учебное пособие. – Прокопьевск : Филиал ГУ КузГТ, 2008. – 102 с.

# **Взятка и подарок в сфере образования: к вопросу квалификационных проступков**

***В. А. Короткова***

Омский государственный педагогический университет

Образование является одной из главных сфер жизни современного общества. От качества образовательной системы зависит как настоящее, так и будущее нашего государства.

Главными принципами государственной политики в сфере образования выступают обеспечение права каждого человека на образование, а также гуманистический характер, которые основываются на приоритете общечеловеческих ценностей, жизни и здоровья граждан, воспитания взаимоуважения, ответственности и уважения прав и свобод личности [3].

В свою очередь, стоит отметить и тот фактор, что основной причиной, препятствующей качественному и эффективному развитию системы образования в Российской Федерации являются проступки коррупционной направленности, совершаемые в сфере образования. Различные противоправные действия оказывают отрицательное влияние не только на уровень образования обучающихся, которые в дальнейшем будут низкоквалифицированными специалистами в различных областях деятельности, но и на статус образования Российской Федерации.

Из года в год коррупционные проступки фиксируются на всех уровнях общего и профессионального российского образования, начиная от дошкольного образования и заканчивая высшим образованием. Одним из основных проявлений коррупции является взятка. Многие люди подменяют понятие «взятка» понятием «подарок», что на практике может привести к негативным последствиям. Например, студент 3 курса претендует на окончание колледжа с отличием. Это позволит ему получить дополнительные баллы при поступлении в университет. Стоит отметить, что студент недостаточно хорошо знает математику и может получить по данному предмету годовую оценку «хорошо». В связи со сложившейся ситуацией он решает преподнести педагогическому работнику в качестве подарка новый планшетный компьютер. Преподаватель принял преподнесенный подарок, после чего, несмотря на отсутствие фактических

знаний по предмету, поставил студенту годовую оценку «отлично». В данном примере мы видим, что это деяние можно квалифицировать как взятку, замаскированную под подарок.

В первую очередь следует отметить, что данные понятия относятся к разным отраслям права. «Подарок» относится к гражданско-правовым отношениям и регулируется Гражданским кодексом РФ. Под словом «подарок» следует понимать какую-либо определённую вещь или имущественное право, которое одаряемый получает безвозмездно от дарителя. Если же одаряемый в ответ отдал какую-либо вещь или права, то данные действия уже не будут квалифицироваться как подарок (ст. 572 ГК РФ), так как нарушается признак безвозмездности.

Понятие «взятка» относится уже к уголовно-правовым отношениям и регулируется Уголовным кодексом РФ. Согласно ч. 1 ст. 290 УК РФ, под получением взятки следует понимать «Получение должностным лицом, иностранным должностным лицом либо должностным лицом публичной международной организации лично или через посредника взятки в виде денег, ценных бумаг, иного имущества либо в виде незаконных оказания ему услуг имущественного характера, предоставления иных имущественных прав (в том числе, когда взятка по указанию должностного лица передается иному физическому или юридическому лицу) за совершение действий (бездействие) в пользу взяткодателя или представляемых им лиц, если указанные действия (бездействие) входят в служебные полномочия должностного лица либо если оно в силу должностного положения может способствовать указанным действиям (бездействию), а равно за общее покровительство или попустительство по службе». Следует учесть, что взятка может быть оговорена как заранее между взяткодателем и взяткополучателем, так и может быть осуществлена без предварительной договоренности.

Также стоит сказать о стоимости подарка. Согласно пп. 2 п. 1 ст. 575 ГК РФ работникам образовательных организаций запрещается брать подарки, за исключением обычных подарков, стоимость которых не превышает 3 тысяч рублей. Это является вторым признаком подарка. Нормативно не закреплено понятие «обычный подарок», но, изучая труды других авторов, можно сказать о том, что это подарок который был подарен в соответствии с каким-либо праздником, обычаем, традицией, не связанный с профессиональной деятельностью педагогического работника.

Законодателем не предусмотрен минимальный размер взятки, отсюда можно сделать вывод о том, что любая передача какой-либо вещи или денежных средств должностному лицу за оказание им каких-либо ответных действий может быть расценена правоохранительными органами как взятка.

С точки зрения действующего законодательства педагогический работник выступает субъектом взятки. Ранее мы раскрыли понятие «взятки», следует сказать кто будет являться должностным лицом. Согласно примечанию к ст. 285 УК РФ: «Должностным лицом признаются лица, постоянно, временно или по специальному полномочию осуществляющие функции представителя власти либо выполняющие организационно-распорядительные, административно-хозяйственные функции в государственных органах, органах местного самоуправления, государственных и муниципальных учреждениях...» Из данного определения сложно понять, можно ли педагогического работника отнести к должностному лицу, в связи с чем для более точного раскрытия понятия нам необходимо обратиться к Постановлению Пленума Верховного суда РФ от 16.10.2009 № 19, в котором правоприменитель более точно говорит, что «К организационно-распорядительным функциям относятся полномочия лиц по принятию решений, имеющих юридическое значение и влекущих определенные юридические последствия». Исходя из изложенного, можно сказать, что преподаватель осуществляет прием зачетов, проверяет лабораторные работы и другие виды работ, ставит оценки и следит за усвоением материала студентами, проводит промежуточную аттестацию. В случае негативного результата у студента возникает академическая задолженность. Если он не сможет ее закрыть, его отчислят из учебного заведения. Это и есть юридические последствия решений преподавателя, следовательно, педагогический работник может являться субъектом взятки, но в каждом случае необходимо разбираться индивидуально.

Преступления, связанные с коррупцией в сфере образования, имеют различные формы проявления. Наиболее характерными видами таких преступлений являются:

1. Получение взятки за поступление в высшее учебное заведение.
2. Репетиторство преподавателями вузов и членами экзаменационных комиссий.
3. Получение взятки за сдачу экзаменов и зачетов в учреждениях среднего и высшего образования.

4. Получение взятки за заключение договора аренды помещений в образовательном учреждении и незаконная сдача в аренду государственного имущества.

5. Продажа дипломов и аттестатов лицам, не прошедшим обучение в учебном заведении.

6. Получение взятки за устройство детей в детские сады и школы [6].

Эти виды коррупционных преступлений серьезно подрывают доверие к образовательной системе и создают неблагоприятную среду для обучения и развития личности. Борьба с коррупцией в образовании должна стать одним из приоритетов правоохранительных органов и общества в целом.

Подводя итог, стоит обратить внимание на различия в составах коррупционных проступков, начиная от общественно противоправного деяния небольшой общественной опасности (конфликт интересов, дисциплинарный проступок) и заканчивая таким преступлением, как взятка. Коррупция в сфере образования является одной из главных проблем этой отрасли и угнетает прогресс российской системы образования.

### **Библиографический список**

1. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. От 25.12.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 30.12.2023) // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 19.12.2023.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 24.07.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 12.09.2023) // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 13.06.2023.

3. Российская Федерация. Законы. Об образовании в Российской Федерации : Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. От 25.12.2023) ; с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2024) // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 30.12.2012.

4. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 16.10.2009 № 19 (ред. от 11.06.2020) «О судебной практике по делам о злоупотреблении должностными полномочиями и о превышении должностных полномочий» [Электронный ресурс]. – URL: <https://base.garant.ru/1792859/?ysclid=m2hlhk3dpy144923978>.

5. Гармаев Ю. П., Иванов Э. А., Маркунцов С. А. Антикоррупционный комплаенс в Российской Федерации: междисциплинарные аспекты : Монография. – Москва : ИД Юриспруденция, 2020. – 240 с.

6. Противодействие коррупции в образовательной сфере [Электронный ресурс]. – URL: <https://clck.ru/39Brdc> (дата обращения: 20.02.2024).

# Показатели конкурентоспособности предприятия: теоретический аспект

**Е. Н. Кухта**

Омская гуманитарная академия  
*Научный руководитель — канд. экон. наук,  
канд. ист. наук, доцент Н. А. Левочкина*

Понятие конкуренции вошло в экономическую теорию из бытового языка, и в течение длительного времени это слово обозначало только независимое соперничество двух и более лиц. Именно поведенческий подход к трактовке категории конкуренции изначально установился в экономической литературе. Конкуренцию рассматривают через внутреннее свойство человека, присущее его натуре, которое естественным образом проявляется и в экономическом поведении людей, стремящихся к соперничеству. Конкуренция относится к экономическим категориям, сущность которых не имеет однозначного толкования. По мере становления и развития экономической мысли в содержании понятия «конкуренция» отражались различные аспекты.

Слово «конкуренция» берет свои корни от лат. *concurrentia*, означающего «столкновение», «соствязание». По мнению А.Смита, одного из основоположников современной экономической теории, конкуренция представляет собой совокупность взаимосвязанных попыток продавцов установить контроль на рынке в долгосрочной перспективе. Следовательно, конкуренция – это процесс реакции на новую силу и способ достижения нового равновесия, сущностью которого является борьба конкурентов за относительные преимущества. М. Портер считает: «Конкуренция – главный фактор, который определяет, станет компания успешной либо потерпит крах. Именно в ходе конкуренции становится ясно, насколько инновации компании, выработка общей корпоративной культуры или реализация выбранной стратегии способствуют ее эффективности».

Конкуренция и конкурентная борьба являются главным содержанием функционирования экономической системы, базирующейся на рыночных механизмах, ключевыми категориями в общей схеме категорий рыночного хозяйства. Благодаря конкуренции на рынке обеспечивается: наилучшее согласование планов производ-

ства продукции (услуг); производителей с потребностями потенциальных покупателей; наиболее эффективное расходование разного вида ресурсов, используемых при производстве готовой продукции (оказании услуг); распределение доходов (прибыли) между товаропроизводителями в соответствии с достигнутыми ими конечными экономическими и финансовыми результатами предпринимательской (коммерческой) деятельности.

В современном бизнесе конкуренция на рынке стала неотъемлемой частью любого предприятия. Для успешной работы и повышения эффективности компаний важно иметь хорошие показатели конкурентоспособности. Эти показатели являются основными инструментами для оценки эффективности и успешности предприятия, а также учетом силы и позиций компании на рынке. Показатели конкурентоспособности предприятия являются основным инструментом для оценки его эффективности и сравнения с другими организациями в отрасли. Они позволяют определить сильные и слабые стороны предприятия, выявить тенденции и прогнозировать развитие на рынке. Рассматривая и анализируя ряд статей, следует отметить то, что эта тема изучена не в полном объеме.

Для оценки конкурентоспособности предприятий существует ряд показателей, которые позволяют оценить эффективность и сравнить результаты различных компаний. Показатели конкурентоспособности – это специально разработанные критерии, позволяющие оценить возможности предприятия по достижению конкурентных преимуществ на рынке. Они включают в себя финансовые, производственные, маркетинговые, кадровые и другие показатели, которые характеризуют разные аспекты деятельности организации.

Охарактеризуем классификацию показателей конкурентоспособности предприятия, которая разработана немецким ученым Г. Г. Леттау. Прежде всего, в данной классификации уделено внимание уровню менеджмента. Этот показатель является ключевым и определяет не только культуру и совершенство организационной структуры, а также важен для определения эффективности стратегий развития и гарантирования конкурентоспособности компании. Во-вторых, изучается широта и глубина ассортимента предприятия. Данный аспект сфокусирован на возможностях расширения и углубления ассортимента продуктов, что определяется степенью их разнообразия и способностью эффективно производить продукцию

в малых партиях. Широта и глубина ассортимента предприятия приобрели значение для обеспечения конкурентоспособности предприятий на основе удовлетворения специфических запросов различных сегментов рынка.

Следующим одним из ключевых аспектов, которые следует рассмотреть в этой классификации, является соответствие качества и объему дополнительных услуг, которая предлагает компания. Предоставляемые организацией возможности в области качества играют важную роль в конкурентной борьбе и при принятии решений потребителей приобретать товары и услуги данной фирмы. Особое внимание уделяется «системам поддержки продукции при ее использовании по назначению», которые все чаще учитываются потребителями при выборе компании для сотрудничества. Кроме того, важно отметить, что соответствие ценовой стратегии компании потребностям и требованиям клиентов является непременным условием успеха. Несмотря на то, что, по оценкам экономистов, значимость цены как фактора конкурентоспособности на большинстве современных рынков снижается, игнорирование запросов покупателей при установлении цен на товары фирмы может привести к тяжелым последствиям.

Следующий пункт, который стоит рассмотреть это широта охвата рынков организованной продажей. Продуманная и хорошо организованная система реализации продукции является существенной составляющей конкурентоспособности фирмы. Ее роль возрастает в условиях расширения международной торговли и глобализации рынков. Следующим аспектом, который требует внимания, является величина и структура затрат на рекламу. Расширение масштабов рекламных компаний и их значительная себестоимость заставляют руководство современных фирм особое внимание уделять повышению эффективности рекламы.

Следующий пункт, который нужно рассмотреть, это высокая степень готовности к поставке товаров. Рост значения этого показателя привел к разработке новых систем логистики, позволяющих точно доставлять продукцию заказчику в нужное время, в нужном объеме и в указанное место. Благодаря таким системам производители и потребители смогли существенно сократить расходы на хранение товаров и повысить экономическую эффективность своей производственной деятельности.

Следующий аспект, который также нужно учитывать, это возможности и активность в разработке новых продуктов. Рост конкуренции требует от товаропроизводителей все более быстрого обновления своей продукции. В этих условиях усиливается значение инноваций. Только фирмы, отличающиеся высокой способностью ускоренными темпами разрабатывать и внедрять новую продукцию, быстро перестраивать свое производство, могут обеспечить устойчивую конкурентоспособность.

Финансовый потенциал является ключевым фактором успеха для фирмы. Он определяет возможности компании привлечь высококвалифицированные кадры, разрабатывать и внедрять продукты высокого качества, инвестировать в новые технологии и многое другое, что в итоге способствует повышению ее конкурентоспособности. Этот показатель – одна из наиболее значимых характеристик конкурентоспособности фирмы и это имидж фирмы и известность торговой марки. Имидж фирмы является производной конкурентоспособности ее предприятий, их способности реально обеспечивать удовлетворенность клиентов качеством своей продукции (техническим), качеством фирменной системы товародвижения, реализации и поддержки продукции в ее использовании по назначению (функциональным качеством), приемлемыми затратами на приобретение и эксплуатацию продукции (ценой потребления).

Состав показателей конкурентоспособности предприятия во многом согласуется с аналогичными характеристиками фирмы и определяется теми функциями, которые оно должно выполнять, чтобы успешно работать. Функции предприятия, обуславливающие его конкурентоспособность: определение миссии и цели; изучение внутренней и внешней среды; прогнозирование и планирование; концентрация ресурсов; организация производства и обеспечение качества; сбытовая деятельность; получение прибыли и несение риска; поддержка продукта в использовании по назначению и утилизации; забота о здоровье потребителя и интересах общества; накопление опыта.

Представленные функции определяют такие показатели конкурентоспособности предприятия как: качество управления; стратегическое мышление и квалификация руководителей и менеджеров; выявления новых свойств и функций продукта и привлечения потребителей; доля рынка и ее динамика; оборот и прибыль пред-

приятая; широта и глубина ассортимента; наличие соответствующих сертификатов и другие.

Финансовое состояние предприятия отражается в таких характеристиках, как финансовое состояние фирмы, доходы предприятия, динамика прибыли, отношения с банками и эффективность инвестиций. Эти факторы влияют на конкурентоспособность предприятия. Способность к инновациям определяется удельным весом пионерной продукции, ориентацией на инновации, уровнем изобретательской деятельности и патентования, сроками разработки новой продукции, скоростью освоения новых разработок и степенью ориентации на усовершенствование новой продукции.

Использование ресурсов включает ориентацию на экономное использование всех видов ресурсов и широкое применение безотходных технологий. Работа с персоналом включает умение привлекать талантливых людей, качество системы повышения квалификации и образованности персонала, уровень менеджмента персонала и систему мотивации.

Долгосрочные капитальные вложения зависят от того, какие проблемы решает предприятие. Удельный вес капитальных вложений в развитие науки, гибкие технологии и повышение эффективности труда влияет на конкурентоспособность.

Уровень системы товародвижения и сервисного обслуживания определяется надежностью и эффективностью каналов распределения, готовностью предприятия к поставкам товаров и охватом рынков. Сервисное обслуживание должно обеспечивать удовлетворение потребителей в процессе использования товаров.

Эффективность формирования спроса и стимулирования сбыта становится все более значимым показателем, отражающимся в росте расходов на рекламу.

Имидж фирмы и известность знаков и марок играют все более важную роль в принятии решений потребителем. Ответственность перед обществом и природой определяется ориентацией на применение социально ориентированного маркетинга, обеспечением безопасности технологии и продукции, экологической чистотой технологий и продукции.

В зависимости от конкретных целей анализа используются различные показатели или их сочетание, которые дают количественную и качественную оценку деятельности предприятия в облас-

ти обеспечения конкурентоспособности. Оценка уровня конкурентоспособности предприятия вызывает необходимость использовать целый ряд показателей, которые свидетельствуют о степени устойчивости положения, способности выпускать продукцию, пользующуюся спросом у потребителей и обеспечивающую ему стабильную прибыль. Так, по мнению И. Н. Герчиковой, «оценка конкурентоспособности предприятия должна основываться на таких показателях, как: потребность в капиталовложениях фактических и на перспективу как в целом, так и по отдельным видам продукции; ассортимент конкурентоспособной продукции, ее объемы и стоимость (продуктовая дифференциация); набор рынков или их сегментов для каждого продукта (рыночная дифференциация); потребность в средствах на формирование спроса и стимулирование сбыта; перечень мер и приемов, которыми предприятие может обеспечить себе преимущество на рынке: создание благоприятного представления о фирме у покупателей, выпуск высококачественной и надежной продукции, постоянное обновление продукции на основе собственных разработок, четкое выполнение обязательств по сделкам в отношении сроков поставок товара и услуг».

Наряду с показателями конкурентоспособности предприятия существуют показателями оценки конкурентоспособности предприятия. Рассмотрим в этой статье и их. Так, Е. Т. Гребнев, например, предлагает для оценки конкурентоспособности предприятия использовать следующие показатели: отношение общей стоимости продаж к стоимости нереализованной продукции; отношение прибыли к общей стоимости продаж; отношение стоимости реализованной продукции к ее количеству за текущий период; отношение суммы продаж к сумме дебиторской задолженности; отношение величины сбытовых расходов к общей сумме прибыли.

Уменьшение значения первого из этих показателя свидетельствует о падении спроса на продукцию предприятия и затоваривании готовой продукцией. Увеличение второго показателя говорит о повышении конкурентоспособности предприятия. Третий показатель определяет, за счет какого фактора увеличились продажи – за счет роста цен либо за счет возрастания объемов реализации. Четвертый – показывает, какая доля реализованной продукции приобретена покупателями на основе коммерческого кредита. Пятый же позволяет выявить непроизводительные расходы по всей цепочке товародвижения от производителя до потребителя.

Эффективность производственной деятельности предприятия характеризуется следующими показателями: рентабельность продукции – данный показатель можно рассчитать по всей реализованной продукции и по отдельным ее видам. В первом случае она определяется как отношение прибыли от реализации продукции к затратам на ее производство и реализацию. Рентабельность всей реализованной продукции рассчитывается и как отношение прибыли от реализации товарной продукции к выручке от реализации продукции. Показатели рентабельности всей реализованной продукции дают представление об эффективности текущих затрат предприятия и доходности реализуемой продукции.

Во втором случае определяется рентабельность отдельных видов продукции. Она зависит от цены, по которой продукция реализуется потребителю, и себестоимости по данному ее виду;

– фондоотдача – данный показатель позволяет судить о том, сколько приходится продукции в денежном выражении на 1 руб. основных производственных фондов. Он определяется по следующей формуле:

$$\phi_o = \frac{o_T}{\phi_{oc}},$$

• где  $O_T$  – стоимость товарной или нормативно-чистой продукции, произведенной за год, руб.;

•  $\Phi_{oc}$  – среднегодовая стоимость основных производственных фондов, руб.;

– фондоемкость – является обратной величиной показателя фондоотдачи. Характеризуется стоимостью основных фондов, приходящихся на единицу продукции, руб.:

$$\phi_E = \frac{\phi_{oc}}{o_T},$$

– материалоотдача – характеризует эффективность использования материальных ресурсов предприятия. Определяется соотношением объема производства продукции к затратам сырья и материалов, потраченных на ее производство. Данный показатель показывает, сколько единиц готовой продукции приходится на 1 единицу затраченных сырья и материалов;

– материалоемкость – обратный показатель материалоотдачи. Определяется соотношением затрат сырья и материалов к объему

производства продукции. Показывает, сколько единиц сырья и материалов приходится на 1 единицу произведенной продукции. Чем лучше используются сырье, материалы и другие материальные ресурсы, тем ниже материалоемкость и выше материалоотдача;

– производительность труда. Измерение производительности труда осуществляется путем сопоставления результатов труда в виде объема произведенной продукции с затратами труда (среднесписочной численностью промышленно-производственного персонала). В зависимости от прямого или обратного отношения этих величин существует два показателя: выработка и трудоемкость.

Наиболее распространенным и универсальным показателем является выработка, которая может быть часовой, дневной, месячной (квартальной, годовой). Выработка представляет собой количество продукции, производимое в единицу рабочего времени или приходящееся на одного среднесписочного работника в месяц, квартал, год. Она определяется отношением количества производимой продукции к затратам рабочего времени на производство этой продукции.

Наряду с выработкой широко используется показатель трудоемкости продукции. Под трудоемкостью продукции понимается сумма всех затрат труда на производство единицы продукции на данном предприятии. Производительность труда во многом зависит от уровня и степени комплексности автоматизации и механизации производства, от применения высокопроизводительного оборудования, мало- или безотходных технологических процессов, от своевременного выполнения работниками предприятия своих функций. Данный показатель отражает эффективность организации и использования рабочей силы.

Экономическое развитие предприятия в современном быстро меняющемся технологическом мире в наименьшей степени зависит от качества его трудовых ресурсов и инвестиций в человеческий капитал с целью усиления интереса работников к творчеству, инновациям и адаптации к новым технологиям. Одним из показателей, свидетельствующих о заинтересованности предприятия в стимулировании работников, является отношение средней заработной платы к прожиточному минимуму. Чем выше этот показатель, тем больше заинтересованность работников в своем деле, тем выше их мотивация для достижения лучших результатов. Кроме того, показатель отношения средней заработной платы к прожиточному минимуму свидетельствует о качестве процесса воспроизводства рабочей силы.

Таким образом, рассмотрение и анализ показателей конкурентоспособности предприятия являются важной задачей для его успешного развития и достижения преимуществ на рынке. В ходе проведенного исследования было установлено, что конкурентоспособность предприятия определяется множеством факторов, включая эффективность ресурсного использования, качество продукции или услуг, инновационность и уровень управленческих компетенций. Однако, необходимо отметить, что конкурентоспособность предприятия - это не статическое понятие, она требует постоянной адаптации к изменяющимся рыночным условиям и потребностям клиентов. В условиях быстро меняющейся экономической ситуации и развития технологий, предприятия должны постоянно улучшать свои процессы, развивать инновационные продукты, совершенствовать систему управления и поддерживать адекватный уровень конкурентоспособности.

Помимо этого, стоит отметить, что конкурентоспособность предприятия не ограничивается только национальным рынком. В условиях глобализации экономики предприятия должны активно искать возможности выхода на международные рынки, учитывать особенности конкуренции и спроса в различных регионах мира. В заключение, определение показателей конкурентоспособности предприятия и их анализ являются важной задачей для эффективного управления организацией. Разработка и практическое применение системы мониторинга и оценки конкурентоспособности позволяют предприятию сохранять и укреплять свои позиции на рынке, успешно конкурировать с другими участниками и осуществлять устойчивое развитие.

### **Библиографический список**

1. Показатели конкурентоспособности фирмы [Электронный ресурс]. – URL: <https://studfile.net/preview/9715284/page:14>.
2. Миронов М. Г. Ваша конкурентоспособность [Электронный ресурс]. – URL: <https://staff.wikireading.ru/65796>.
3. Показатели оценки конкурентоспособности [Электронный ресурс]. – URL: <https://studfile.net/preview/3536242/page:3>.
4. Кузубов А. А. Методические подходы и критерии оценки конкурентоспособности предприятий // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 12 (ч. 4). – С. 801–805.
5. Оценка конкурентоспособности организации [Электронный ресурс]. – URL: <https://nauchniestati.ru/spravka/oczenka-konkurentosposobnosti-organizaczii>.

# Механизмы организации политического управления в современной России

**Е. И. Ларионов**

Омская гуманитарная академия

Государство есть наивысшая форма политической организации общества, включающая в себя определенную территорию, население, правительство и суверенитет. Оно обладает исключительным правом на то, чтобы применять силу внутри своих границ, имеет собственную систему политического управления, собственное законодательство, вооруженные силы, налоговую систему и другие характеристики. Государство не может существовать без государственного управления, с помощью которого оно осуществляет свою деятельность.

Управление является одним из важнейших атрибутов государства. Понятие «управление» можно определить как целенаправленное (сознательное, преднамеренное, продуманное, спланированное), организующее и регулирующее воздействие людей (и созданных ими институтов) на собственную, общественную, коллективную и групповую жизнедеятельность в определенных целях и интересах [1].

Трактовать понятие государственного управления можно по-разному, однако их все можно разделить на две категории: широкое значение и узкое, или специальное значение. Государственное управление в широком значении – это все аспекты и процессы, связанные с управлением государством, которые в нём происходят. В качестве примера В. Е. Чиркин понимает государственное управление как «процесс регулирования и упорядочения жизнедеятельности и отношений личности, коллектива, государства и общества, установления рациональных взаимосвязей между ними путём применения государственной власти» [2]. В узком, или специальном значении государственное управление означает систему организации и управления деятельности государственных органов. А. И. Радченко характеризует термин государственное управление как: «деятельность исполнительно-распорядительного органа по воздействию на объект управления для его перевода в состояние, необходимое для достижения цели соответствующего территори-

ального образования, посредством принятия правовых актов, организации и контроля исполнения этих актов и актов органов законодательной (представительной) власти» [2].

Из всего сказанного ранее можно сделать заключение, что управление государством представляет собой очень сложную систему, которая состоит из множества элементов, каждый из которых оказывает важное влияние на общественную жизнь. Осуществляется вся эта деятельность с помощью механизмов государственного управления.

Механизм государственного управления – это иерархически подчинённая система специальных органов и учреждений, посредством которых осуществляется государственное управление обществом и защита его основных интересов. В качестве субъектов механизма государственного управления выступают государственные органы или должностные лица, которые осуществляют управление различными аспектами жизни общества. Они наделены специальными полномочиями и сферой ответственности перед гражданами и законодательством. Субъекты государственного управления могут быть разными в зависимости от структуры государства. Например, в президентской республике субъектом может быть президент, в парламентской республике – правительство или парламент, а в монархии – монарх и его представители. Субъекты государственного управления принимают решения, разрабатывают и реализуют законы, контролируют исполнение правительственной политики и обеспечивают соблюдение конституционного порядка. Объектом механизма государственного управления являются разные сферы общественных взаимоотношений, в которых необходимо регулирование для обеспечения их развития и безопасности.

Самым главным механизмом организации политического управления в современной России является Президент Российской Федерации. Президент Российской Федерации является главой государства. Президент Российской Федерации является гарантом Конституции Российской Федерации, прав и свобод человека и гражданина. В установленном Конституцией Российской Федерации порядке он принимает меры по охране суверенитета Российской Федерации, ее независимости и государственной целостности, обеспечивает согласованное функционирование и взаимодействие органов государственной власти. Президент Российской Федерации

в соответствии с Конституцией Российской Федерации и федеральными законами определяет основные направления внутренней и внешней политики государства. Президент Российской Федерации как глава государства представляет Российскую Федерацию внутри страны и в международных отношениях [3].

Главным отличием должности Президента Российской Федерации, например, от Президента США является то, что президент США является главой лишь одной из ветвей исполнительной власти. Другую ветвь власти представляет собой Конгресс. В следствии этого принять какие-либо политические решения в США довольно сложно. В Российской Федерации власть разделяется на законодательную, исполнительную и судебную, а Президент выступает в качестве органа контроля работы этих ветвей власти. Это важная особенность политического устройства, которая применяет в себе один из основополагающих принципов демократического общества.

Ещё одним механизмом организации политического управления является Федеральное Собрание. Федеральное Собрание – это Парламент Российской Федерации, который состоит из двух палат – Совета Федерации и Государственной Думы [4]. Государственная Дума представляет интересы населения и избирается на основе пропорциональной системы народных выборов, а Совет Федерации состоит из представителей субъектов Федерации.

Совет Федерации состоит из представителей исполнительных и законодательных органов власти субъектов РФ. Он осуществляет функции по защите интересов регионов, утверждает законы, принятые Государственной Думой, назначает выборы Президента РФ и т.д. Государственная Дума является нижней палатой Федерального Собрания и избирается на выборах на основе пропорциональной системы. Она принимает законы и федеральные бюджеты, контролирует деятельность Правительства и обсуждает актуальные вопросы. Федеральное собрание является важным органом государственной власти, который играет ключевую роль в законодательном процессе и принятии важных решений для развития страны.

Другим важным механизмом управления является Правительство Российской Федерации. Конституция устанавливает, что исполнительная власть осуществляется Правительством, которое состоит из Председателя, его заместителей и министров. В расширенный состав Правительства входят в иерархическом порядке

председатели государственных комитетов и руководители федеральных служб, а также руководители российской разведки и федеральных контрольных органов [4].

Основными функциями Правительства являются: разработка и реализация программ социально-экономического развития страны, обеспечение государственной безопасности, контроль за выполнением законов и регулированием различных сфер деятельности. Также в его компетенцию входит утверждение бюджета, осуществление внешней политики и обеспечение обороноспособности страны. В качестве примера работы Правительства можно выделить разработанный и принятый национальный проект «Демография», целью которого является увеличение средней продолжительности жизни, снижение смертности населения и повышение уровня здоровья граждан [5].

Другим примером является то, что Правительство активно ведет программу поддержки малого и среднего бизнеса, предоставляя финансовую поддержку, субсидии и льготы, что способствует развитию предпринимательства и созданию новых рабочих мест.

Ещё одним механизмом политического управления является Судебная власть Российской Федерации. В Конституции судебная власть определяется как третья ветвь Государственной власти. Правосудие в Российской Федерации осуществляется только судом. Судебная власть осуществляется посредством конституционного, гражданского, административного и уголовного судопроизводства [3].

Система судебной власти разделяется на Конституционный суд, Верховный суд, апелляционные суды, районные суды и мировые суды. Конституционный суд занимается всеми делами относительно соблюдения конституционных норм и принципов. Он состоит из 19 судей, из которых один председатель и два заместителя. Верховный суд является высшим судебным органом по уголовным, гражданским и административным делам. Апелляционные, районные и мировые суды рассматривают конкретные уголовные, гражданские и административные дела на местном уровне.

Главными принципами судов Российской Федерации являются соблюдение принципов справедливости, законности, независимости и принцип презумпции невиновности. Решения судов являются обязательными для исполнения и подлежат обжалованию в установленном порядке.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что механизм государственного управления в Российской Федерации представляет собой сложную систему органов и учреждений, которые осуществляют руководство обществом и защиту его интересов. Президент, Федеральное Собрание, Правительство и Судебная власть являются основными механизмами политического управления в стране. Каждый из этих органов имеет свои функции и полномочия, что обеспечивает разделение властей и сбалансированное осуществление государственного управления. Понимание механизма государственного управления и его основных элементов имеет решающее значение для эффективного функционирования политической системы и обеспечения соблюдения прав и свобод граждан.

В заключении хотелось бы отметить, что в большинстве других стран на формирование их механизмов управления государством ушло несколько столетий. История современной России насчитывает чуть больше 30 лет, и все механизмы политического управления находятся на стадии активных изменений и развития.

### **Библиографический список**

1. Малышева М. А. Теория и механизмы современного государственного управления / М. А. Малышева – СПб. : Отдел оперативной полиграфии НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург, 2011. – 280 с.
2. Зенков М. Ю. Основы государственного и муниципального управления : Курс лекций. – Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2015. – 425 с.
3. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: <http://kremlin.ru/acts/constitution>.
4. Шнайдер Э. Политическая система Российской Федерации / Э. Шнайдер. – Москва : ИНИОН РАН, 2002 – 263 с.
5. Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/43027>.

# Региональная политика государства

**Я. Н. Лебедев**

Омская гуманитарная академия

*Научный руководитель — канд. экон. наук, доцент Н. Е. Алексеев*

Региональная политика государства – это совокупность мер и действий, направленных на развитие субъектов на территории государства. Региональная политика преследует свои цели, например: каждый субъект имеет право на экономическое, социальное и культурное развитие, обеспечение равенства субъектов, создание условий для развития субъектов государства, снижение различий уровня жизни. Совокупность этих целей преследует более глобальные цели: укрепление единства государства, улучшение жизни людей и содействие прогрессу внутри государства и на международном уровне.

Мерами достижения целей региональной политики являются инвестиции на развитие инфраструктуры субъектов государства, более основательная финансовая поддержка малоразвитых субъектов и создание специальных экономических зон в целом, разработка программ по привлечению инвестиций и т. д.

Стоит отметить, что региональная политика также является балансиrom интересов государства и его субъектов, и их взаимодействия, посредством осуществления экономической, социальной и экологической деятельности.

В СССР региональная политика строилась на идеологических устоях и понимании экономики как средства удовлетворения геополитических амбиций, которые были направлены на достижение превосходства над западными странами. Проблемы регионального уровня решались из центра государства и обосновывались его стратегическими планами. Интересы субъектов учитывались, только если они вписывались в общегосударственную концепцию социалистического строительства.

В 1991 г., в ходе развала СССР, начался новый этап развития региональной политики: экономика стала приобретать рыночный характер, Россия стала выходить на мировой экономический рынок, начался процесс становления экономического федерализма. Развитие регионов в стране актуально и на сегодняшний день.

Важность региональной политики для России определяется следующими факторами:

1. Природное разнообразие страны, ресурсное состояние территорий, погодные условия, оказывающие влияние на особенности ведения хозяйства.

2. Масштаб государства требует дополнительных затрат всех видов ресурсов.

3. Разработка экономических реформ проходит слишком медленно, в особенности в отсталых субъектах.

4. В силу масштабов государства и многообразия субъектов, их освоение и развитие осуществляется неравномерно, особенно страдают регионы малоразвитые.

5. Неравномерность демографии в субъектах, обусловленная депопуляцией некоторых из них и миграционными процессами во время кризисов внутри государства.

6. Россия – многонациональное государство, что представляет определенную сложность в обеспечении её целостности – этнические и религиозные аспекты стали причинами размежевания государства по национальным и религиозным принципам;

7. Экологической напряженностью в отдельных регионах, достигающей до объявления отдельных территорий государства зонами экологического бедствия.

8. Наделение субъектов некоторой свободой послужило формированию региональных рынков, что, также, указывает на неравенство субъектов.

В соответствии с Основными положениями региональной политики в Российской Федерации, утвержденными Указом Президента Российской Федерации, основными целями региональной экономической политики являются стабилизация производства, способствовании экономическому росту каждого субъекта Российской Федерации, повышение уровня жизни населения, укрепление позиций Российской Федерации в мире путём научно-технического прогресса. Также, этим документом определены и задачи региональной экономической политики:

1. Сохранение территориальной целостности государства путём укрепления экономических основ.

2. Содействие развитию экономической реформы, формированию во всех субъектах многоукладной экономики, становлению ре-

гиональных рынков товаров, труда и капитала, рыночной инфраструктуры.

3. Ликвидация глобальных различий социально-экономического развития субъектов государства, создание благоприятных условий для улучшения благосостояния населения субъектов государства, путём укрепления собственной экономической базы.

4. Развитие межрегиональных инфраструктурных систем (транспорта, связи и др.).

5. Развитие субъектов, городов, обладающих хорошим научно-техническим потенциалом, и стимулирование их деятельности.

6. Государственная поддержка районов экологического бедствия, субъектов, где уровень безработицы особенно высок, и субъектов с демографическими миграционными проблемами.

7. Разработка и реализация научно обоснованной политики в отношении регионов со сложными условиями хозяйства, требующими специальных методов регулирования (районы Арктики и Крайнего Севера, Дальний Восток, приграничные регионы).

8. Совершенствование раздела на экономические районы страны.

Стоит отметить, что особенности регионов играют ключевую роль в осуществлении региональной политики. Такими особенностями являются: природные, экономические, географические, социальные, демографические условия. Поэтому, государство, осуществляет свою деятельность, опираясь на специфику каждого региона в целях развития каждого из них, посредством разработки различных программ и стратегий.

Однако, осуществление региональной политики имеет некоторые ограничения, такие как: недостаток финансирования, слабо развита инфраструктура, дефицит или же вообще отсутствие квалифицированных кадров и другое. Зачастую, проблемам в этом служит труднодоступность самих субъектов государства. Отдельными проблемами являются бюрократические процедуры и коррупция, затрудняющие реализацию региональной политики.

В целом, устойчивое развитие всех субъектов государства, даже труднодоступных, является главной целью развития и осуществления региональной политики.

Правительство стремится создать равные возможности и социальную справедливость в различных частях страны, чтобы все граждане могли развиваться и жить достойно.

## Библиографический список

1. Самаруха А. В. Долгосрочное прогнозирование социально-экономического развития региона в условиях перехода на инновационную модель экономики : дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / А. В. Самаруха. – Иркутск, 2010. – 358 с.
2. Указ Президента РФ от 16 января 2017 г. N 13 «Об утверждении Основ государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41641>.
3. Стратегическое планирование в регионах и городах России: инструменты и ресурсы реализации. Материалы XVI Общероссийского форума лидеров стратегического планирования. Санкт-Петербург, 23–24 октября 2017 г. / Под ред. Б. С. Жихаревича. – СПб. : МЦСЭИ «Леонтьевский центр», 2018. – 104 с. – URL: [https://stratplan.ru/UserFiles/Image/materials/files/block\\_24.pdf?ysclid=m2hootaj76714447969](https://stratplan.ru/UserFiles/Image/materials/files/block_24.pdf?ysclid=m2hootaj76714447969).
4. Бреусова А. Г. Социально-экономическое выравнивание регионов в Российской Федерации // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2012. – № 1. – С. 12–18.

## **Управленческие проблемы и причины их возникновения в организации**

**А. С. Мясникова**

Омская гуманитарная академия

*Научный руководитель — канд. экон. наук, доцент О. В. Сергиенко*

В настоящее время возникает проблема выявления элементов управления или их причин в управленческой деятельности. Например, для определения количества необходимых материалов или для оценки отношения сотрудника к определенной задаче. Эта проблема может быть рассмотрена как проблема управления, требующая только одного решения.

Тема данной работы заключается в понимании и отслеживании путей решения управленческих проблем. Результаты исследования помогут лучше понять эту проблематику и выявить причины возникновения сложностей при принятии управленческих решений.

Цель работы – обобщение полученной информации по проблеме принятия управленческих решений. В процессе исследования будут рассмотрены статьи разных авторов, которые помогут нам полностью осмыслить проблему и найти способы ее решения.

Проблема управления возникает в процессе управления и требует одноразового и прогрессивного решения. Характерной особенностью проблем является их неожиданность, но компания не останавливается на этапе их развития. Внутренние переменные могут изменяться, внешняя среда может меняться, что приводит к появлению сложных проблем, которые необходимо решить. Примером таких проблем могут быть изменения в налоговых ставках или устаревшие технологии.

Для выявления причин и возможных проблем необходим спланированный анализ. В ходе этого анализа можно найти четкие причины, изучая факты и оценивая ситуацию. Таким образом, можно разработать конкретные меры для принятия наилучшего решения.

Вопросы управления имеют классификацию по приоритетности и срочности. Обычно наиболее важные вопросы являются наиболее актуальными. Также необходимо проанализировать масштаб согласованности решений для тех, кого затрагивают проблемы. Особое значение имеет решение проблемы с наименьшими затра-

тами и в оптимальное время. Необходимо оценить степень риска, связанного с решением проблемы, и возможность возникновения новых проблем. Также важно оценить степень структурирования и формализации проблемы, способность выразить ее через количественные и качественные показатели и др.

Проблемы могут различаться по способу их разработки. Например, когда есть только одно решение и нет альтернативных вариантов. Существует также многовариантный метод, когда проблема может быть решена разными способами. В случаях, когда ни один из методов не может дать положительный ответ, используется комбинированный подход, объединяющий различные методы решения проблем [1].

Также важно рассмотреть типы критериев для проблем. Стратегические критерии ориентированы на формирование стратегических данных и оценку их при использовании. Tактические критерии требуют меньшего времени для решения и могут рассматриваться в долгосрочной, среднесрочной и краткосрочной перспективе. Это позволяет поэтапно решать проблемы. Каждый управленец должен уметь принимать решения при столкновении с проблемами в любой организации или компании. Эти проблемы могут иметь различный масштаб, разрешимость и уровень риска [2].

Я считаю, что причиной возникновения проблем управления является работа людей. Проблемы управления связаны с нежелательными явлениями во внутренней или внешней среде, результаты которых отличаются от запланированных действий. Основными причинами проблем управления являются ошибочные цели организации, неправильные методы и графики их реализации. Также неправильные принципы и методы сотрудников, неправильные критерии оценки потенциала компании и сотрудников могут привести к проблемам. Преднамеренные нарушения технологий, финансов и поставок могут также быть причинами проблем управления. Важно понимать, что изменения могут происходить не только в политике и экономике государства, но и в природе.

Для решения проблемы необходимо правильно определить ее источник, найти пути полного устранения и достичь желаемого результата. Анализ должен включать ситуации, в которых обнаружены признаки проблемы. Анализ самой проблемы не должен быть отсрочен, чтобы не потерять ценное время [3].

Итак, в своей работе представляю аспекты проблемы выявления и решения управленческих проблем. Это включает анализ причин и возможных проблем, классификацию вопросов по приоритетности и срочности, различные методы решения проблем, а также типы критериев для проблем. Проблемы управления являются неотъемлемой частью работы каждого управленца и требуют правильного понимания и компетенций для их решения. Решение проблемы в организации требует определенных этапов и подходов. Необходимо выявить факторы, которые ограничивают принятие рационального решения. Без понимания этих ограничений невозможно разработать эффективную стратегию. Кроме того, менеджеры имеют возможность разработать и внедрить рациональные решения только в случае, если им предоставляются надлежащие полномочия высшим руководством.

Разработка рационального решения необходима для оценки и выбора альтернативных вариантов. Сначала формулируются все возможные варианты, а затем отбираются самые реальные и релевантные для решения проблемы и достижения поставленных целей. Важно найти наилучший вариант [4].

Для успешного принятия решений требуется согласование с исполнителями и всеми заинтересованными сторонами. Процесс согласования осуществляется через утверждение документа, который определяет внедрение выбранного решения [5].

Заключительным этапом является утверждение решения топ-менеджером компании. Если для реализации решения требуются ресурсы и резервы, тот, кто отвечает за эти средства, должен утвердить решение. После этого начинается реализация рационального решения. Все эти этапы помогают понять источник проблемы и найти оптимальное решение.

Разные специалисты имеют разные мнения о проблемах в компаниях. Например, Е. Ю. Чеботарь полагает, что основная проблема российских компаний заключается в недостаточном кадровом резерве. Создание определенного кадрового состава решает множество проблем и приносит компании множество преимуществ [6].

Действительно, кадровое обеспечение играет важную роль в компаниях любого размера, экономя время при поиске сотрудников и помогая быстрому обучению перспективных работников. Как же можно решить эту проблему на небольшом предприятии?

По мнению И. С. Зазвонова, на малых предприятиях есть свои особенности управления. Менеджер, работающий на небольшом предприятии, должен быть универсалом, способным работать в разных областях управления. Однако это может негативно сказываться на бизнесе, так как такому менеджеру приходится выполнять множество обязанностей, включая выбор персонала, оценку возможных рисков, поиск клиентов и общее управление компанией [7].

Неформальное осуществление власти является одной из ключевых особенностей управления малым бизнесом. Эффективное решение проблем на предприятии является необходимым условием для осуществления функций управления и ключом к достижению поставленных целей. Технология принятия управленческих решений является решающим фактором для компании.

Вывод заключается в том, что управленческие решения могут создавать проблемы и вызывать сопротивление, но опытный менеджер может настаивать и убеждать сотрудников в нестандартных решениях. В конце концов, доказанные аргументы и предложения могут быть успешными и принесут значимый результат.

### **Библиографический список**

1. Исупов А. М. Проблемы и перспективы в развитии GR-менеджмента в России / А. М. Исупов, С. Х. Шарипов // Молодой ученый. – 2023. – № 2 (449). – С. 116–118. – URL: <https://moluch.ru/archive/449/98980>.
2. Фомичев А. Н. Исследование систем управления : учебник / А. Н. Фомичев. – 6-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 346 с.
3. Эдиева Ф. Б. Профилактика конфликтов в организации / Ф. Б. Эдиева // Молодой ученый. – 2022. – № 52 (447). – С. 159-161. – URL: <https://moluch.ru/archive/447/98393>.
4. Трифонова А. А. Современные стили управления конфликтами в организации / А. А. Трифонова // Молодой ученый. – 2021. – № 32 (374). – С. 45–47. – URL: <https://moluch.ru/archive/374/83522>.
5. Невмержицкая А. Р. Тренинг как метод оптимизации бизнес-конфликтов / А. Р. Невмержицкая, Ю. В. Шляхова // Молодой ученый. – 2019. – № 4 (242). – С. 244–247. – URL: <https://moluch.ru/archive/242/56033>.
6. Чеботарь Е. Ю. Проблемы управления персоналом в современных организациях / Е. Ю. Чеботарь // Молодой ученый. – 2021. – № 45 (387). – С. 174–177. – URL: <https://moluch.ru/archive/387/85126>.
7. Зазвонов И. С. Конфликты и их влияние на рабочий процесс / И. С. Зазвонов // Молодой ученый. – 2022. – № 24 (419). – С. 469–470. – URL: <https://moluch.ru/archive/419/93022>.

# Влияние стиля руководства на развитие организации

**К. А. Нерсесян**

Омская гуманитарная академия  
Научный руководитель — канд. экон. наук,  
доцент Е. А. Дмитренко

Наблюдая за успехом многих успешных фирм в России, можно сказать, что одним из важных элементов успеха является наличие багажа знаний, опыта руководителя и, конечно же, умение правильно управлять.

Руководитель – это прежде всего специалист, управленец, способный анализировать взаимодействие как между подчиненными, так и с внешней средой организации и принимать обдуманные и взвешенные решения, влияющие на все части организации. Главной функцией руководителя служит ориентирование подчиненных на выполнение общих целей организации. Основным рычагом при реализации поставленных целей служит эффективное управление [1].

Вследствие того, что стиль управления руководителя влияет на динамику развития организации, стиль руководства так же влияет на мотивацию сотрудников, их отношение к работе, взаимоотношения в коллективе и т. д.

Критериями эффективного воздействия стиля управления руководителя на коллектив являются:

- степень авторитета;
- создание благоприятного социально-психологического климата в коллективе;
- степень влияния на постоянное повышение результативности организации;

Все эти воздействия должны направлять к действию, необходимому для достижения целей и задач организации.

Определению «стиль управления» присущи разные трактовки. В целом стиль управления понимают как систему поведения руководителя, используемую для влияния на коллектив и стимулирования к эффективному функционированию [1].

Обычно стиль управления складывается из личностных качеств руководителя, уровня его знаний и опыта, взглядов и ценно-

стей и, конечно же, темперамента человека, но это далеко не полный список компонентов, образующий стиль управления.

Существует ряд классификаций стиля управления, но одним из наиболее известных считается представление немецкого психолога Курта Левина. Еще в тридцатых годах прошлого столетия немецкий психолог разработал типологию индивидуальных стилей руководства, которая за счет наглядности и простоты стала в дальнейшем классической. Теория Курта Левина предполагала выделение трех стилей руководства:

- авторитарный;
- демократический;
- либеральный [3].

Рассмотрим более подробно каждый стиль руководства по классификации Курта Левина.

**Авторитарный стиль.** Предполагает жесткое руководство – все распоряжения, приказы, требуют немедленного, обязательного выполнения. Автократ-руководитель много придирается, может остановить начатую работу, заставляя переделать, исходя из его требований. Для данного стиля присущи четкая установка целей деятельности организации, не допустимость идти вразрез с мнением руководителя. Связи между сотрудниками сводятся руководителем к минимуму. По мнению Курта Левина, авторитарный стиль руководства – это обезличенность и отчужденность, но не откровенная враждебность [3].

Конечно, авторитарный стиль очень строгий и контролируемый, но при этом у руководителя формируется постоянное чувство ответственности. В дальнейшем руководитель, набираясь опыта, сможет быстро принимать решения, и это очень ценный навык, особенно когда в кризисных ситуациях нет времени на совещания с коллегами.

**Демократический стиль.** Данный стиль руководства предполагает небольшое вовлечение сотрудников к решению задач. Руководитель развивает отношения между сотрудниками с целью сокращения напряженности в коллективе и создает атмосферу сотрудничества в коллективе. Когда сотрудник нуждается в помощи, руководитель не настаивает на своем, а предлагает несколько вариантов на выбор. Демократичный руководитель в определенных задачах предоставляет подчиненным самостоятельность и инициативность без приказов и жестких рамок, которая способствует форми-

рования зрелого поведения сотрудников организации. Но при этом отсутствие жёсткости, должно быть восполнено большой вовлеченностью в работе. Заявленной же ценностью служит сохранение хороших отношений, которые признаются более важными, чем результат работы.

Конечно в сравнении с авторитарным стилем, демократический стиль больше направлен на благоприятный климат в коллективе, но при этом большие затраты времени уходят на принятие решений.

Либеральный стиль. Подразумевает участие в деятельности организации сотрудников, а вмешательство руководителя только при обращении к нему. Сотрудники имеют свободу принимать собственные решения. Руководитель-либерал выступает в роли советчика и не вмешивается в деятельность сотрудников.

Либеральный стиль – это много свободы и минимум вмешательства руководителя, но при этом ответственность сотрудников увеличивается в несколько раз. Конечно, проявить себя и свои знания легче всего при данном стиле управления, но есть угроза несовместимости взглядов на решение проблем и следствием появления конфликтов между «самоуправленцами».

Таким образом, можно сделать вывод, что у каждого стиля есть плюсы и минусы, сторонники и противники, но при этом применять в чистом виде только один стиль управления не целесообразно и не эффективно. Каждый руководитель должен научиться совмещать в своем руководстве несколько стилей управления или определенные черты из них. Задача руководителя - сделать правильный выбор, используя собственные знания и опыт, стиль поведения подчиненных и ситуации. Поскольку именно от руководителя зависит процветание и функционирование организации, вне зависимости от размера организации, за счет правильного влияния на сотрудников.

Есть примеры, когда сотрудники участвовали в принятии решений, но удовлетворенность была низкой, и примеры, где удовлетворенность была высокой, но производительность низкой. Следовательно, делаем вывод, что смешанный стиль управления результативнее, чем использование только одного.

Следует определить, что максимально эффективна та организация, где выбран правильный вектор руководства сотрудниками.

Но при этом, нужно понимать то, что удобное и привычное для руководителя, не всегда является таковым для подчиненных. На данном этапе и возникают психологические проблемы, затрудняющие эффективность руководства. Но именно приобретение умения внести изменения в стиле руководства важная составляющая сильного руководителя [2].

В связи с вышесказанным следует, что руководитель должен поддерживать власть, но при этом не ущемлять сотрудников и не передавать вектор управления персоналу, а сохранять у себя. Организация будет эффективно функционировать, когда руководитель способен создать индивидуальный стиль управления или умело совмещать классические стили управления в единое целое.

### **Библиографический список**

1. Шамис В. А. Менеджмент: практикум / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. – Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. – 85 с. – Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/124748.html>.
2. Менеджмент: учебник для прикладного бакалавриата / Н. И. Астахова и др.; ответственные редакторы Н. И. Астахова, Г. И. Москвитин. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 422 с. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/508128>.
3. Комаров В. Ф., Алоян Г. Н. Исследование стилей руководства Курта Левина методом деловых игр // Мир экономики и управления. – 2017. – Том 17, № 2. – С. 110–120.

# Создание бренда города Омска

**Е. А. Рассказова**

Омская гуманитарная академия

*Научный руководитель — канд. экон. наук,  
канд. ист. наук, доцент Н. А. Левочкина*

Наряду с товарами и услугами, города также могут позиционировать себя как бренды. Брендинг города – это процесс создания его уникального образа в сознании жителей и мировой общественности, что способствует формированию и росту его туристической и инвестиционной привлекательности [1]. Однако важно понимать, что процесс построения бренда города – длительный процесс, который не сразу покажет результат. Одной красивой картинкой будет недостаточно, нужно будет работать с конкретными изменениями в городской среде [1].

Проблема создания бренда города является актуальной по нескольким причинам:

- В современном мире города все больше конкурируют между собой за привлечение инвестиций, туристов и талантливых людей. Успешный бренд города может стать ключевым фактором в этой конкуренции.

- Бренд города может стимулировать экономический рост и привлечение инвестиций. Инвесторы склонны вкладывать средства в города с сильным брендом, который обещает стабильность, узнаваемость и привлекательность для потенциальных клиентов или партнеров.

- Бренд города играет важную роль в привлечении туристов, которые приносят городу доход и создают рабочие места. Туристы предпочитают посещать города с известным и привлекательным брендом, который гарантирует качество и уникальность их опыта.

- Сильный бренд города помогает формировать его имидж и репутацию на международной арене. Города с узнаваемыми и успешными брендами имеют более позитивное восприятие со стороны международного сообщества, что может способствовать развитию международных связей и партнерств.

- Успешный бренд города также может помочь привлечь талантливых людей, таких как предприниматели, ученые, студенты и

специалисты. Такие люди могут сыграть ключевую роль в развитии города и его экономики.

Таблица в виде списка ключевых терминов и их определений, таких как «бренд», «бренд города», призвана систематизировать основные понятия, используемые в статье.

### Основные понятия ключевых терминов и определений

Определение	Автор	Источник
Бренд — это набор восприятий в глазах потребителя. Современное «толкование понятия «бренд» включает все ассоциации потребителя, возникающие в связи с товаром в результате приобретения собственного опыта, одобрения общественности и советов окружающих	С. А. Старов	<a href="https://cyberleninka.ru/article/n/brend-ponyatie-suschnost-evolyutsiya">https://cyberleninka.ru/article/n/brend-ponyatie-suschnost-evolyutsiya</a>
Бренд – набор ассоциаций, возникающих в сознании у потребителя, которые добавляют воспринимаемую ценность товару или услуге	К. Л. Келлер	<a href="http://www.vesnikmanagement.spbu.ru/archive/pdf/553.pdf">http://www.vesnikmanagement.spbu.ru/archive/pdf/553.pdf</a>
Бренд – комплекс представлений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик о продукте либо услуге. Бренд является абстрактным названием. Физическими составляющими (носителями) бренда являются весь комплекс элементов фирменного стиля: название бренда (слово, словосочетание), логотип принципами его построения, палитра фирменных цветов, поддерживающая фирменный стиль оригинальная графика, набор фраз, звуки, торговая марка, логотип и прочее	А. А. Веретено К. А. Белов	<a href="https://cyberleninka.ru/article/n/formirovaniye-brenda-kak-klyuchevoy-element-razvitiya-malogo-biznesa/viewer">https://cyberleninka.ru/article/n/formirovaniye-brenda-kak-klyuchevoy-element-razvitiya-malogo-biznesa/viewer</a>
Бренд – это имя, термин, дизайн, символ или любая другая особенность, которая идентифицирует продукты или услуги одного продавца и отличает их от продуктов или услуг других продавцов	С. Диб П. Д. Беннетт	<a href="https://kpfu.ru/portal/docs/F165118057/Yalalova..pdf">https://kpfu.ru/portal/docs/F165118057/Yalalova..pdf</a>
Бренд – это обещание комплекса атрибутов, покупаемых кем-либо и приносящих удовлетворение. Атрибуты, создающие бренд, могут быть реальными или иллюзорными, рациональными или эмоциональными, материальными или неосязаемыми	Т. Амблер	<a href="https://kpfu.ru/portal/docs/F165118057/Yalalova..pdf">https://kpfu.ru/portal/docs/F165118057/Yalalova..pdf</a>

В России также распространено брендование городов, в том числе и маленьких, что, несомненно, работает на их туристическую

и экономическую привлекательность. Один из таких – Краснокамск в Пермском крае, обеспечивающий бумагой всю страну. Опираясь на идею о местном бумажном производстве, дизайнерская студия Vesapiens выдвинула предложение взять за основу идентификации Краснокамска оригами (рис. 1).



Рис. 1. Брендирование города Краснокамска под символику оригами

Иногда задачу по разработке городской идентификации дают агентству, а иногда устраивают открытый конкурс, в котором может участвовать любой желающий, даже не являясь дизайнером по профессии. Например, логотип Вологодской области выбрали с помощью проведения открытого интернет-конкурса. При запуске конкурса губернатор заявил, что символ должен сплотить «патриархальную Вологду, динамичный Череповец, города-музеи Тотьму, Белозерск, Кириллов, Великий Устюг». В итоге, большинство голосов было отдано за изображение красной «кружевной» птицы на белом фоне (рис. 2), авторства Ангелины Ракчеевой – заслуженной художницы России и вологжанки [1].



Рис. 2. Логотип Вологодской области

Бренд города строится почти так же, как и бренд товара или услуги: нужно проанализировать его идентичность, провести ис-

следование конкурентов, определить стратегию, цель и задачи и, наконец, сформировать визуальный образ [1].

На сайте БрендОмска.рф проходил конкурс на лучший бренд города. Концепция бренда города Омска должна была быть следующая: на белом фоне с использованием цветов государственного флага России выполняется позитивная расшифровка имени «Омск»; каждое слово пишется в отдельной строке, заглавные буквы формируют по вертикали слово «ОМСК»; в расшифровке обязательно используется 2 цвета: синий (RGB 0-57-166) и красный (RGB 213-43-30); белое полотно не должно содержать никаких дополнительных рисунков и элементов оформления, отношение ширины к длине 2:3; должны быть визуально выделены заглавные буквы каждого слова (цветом или размером, чтобы четко читалось ОМСК); цветом может быть выделено какое-то слово целиком; полотнища по смыслу должны и могут соотноситься с историей города, событиями, праздниками, победами и т. д.; расшифровки должны быть позитивными и добрыми (всегда и обязательно) [2].

На данный момент на сайте есть готовые примеры таких расшифровок, несколько из них можно увидеть на рисунке 3.

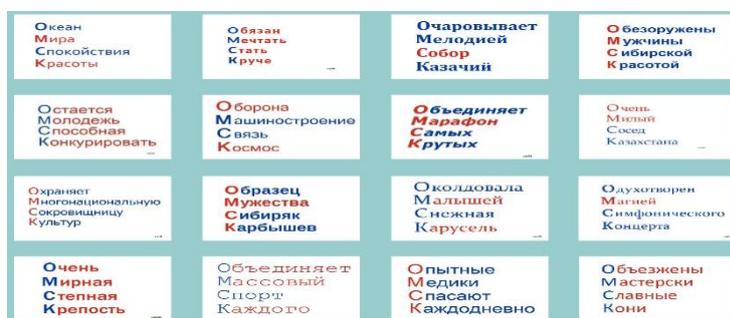


Рис. 3. Примеры бренда Омска

Взяв на вооружение существующие наработки, было решено разработать примерный логотип для города Омска. Чтобы сделать его необычным и приятным глазу, было проведено несколько манипуляций с нейросетью «стейбл дифьюжн», генерирующей изображения. В результате порядка 50-60 генераций был выбран наиболее подходящий по тематике и настроению логотип, для его создания использовались следующие правила:

- Уникальность: логотип должен быть оригинальным и узнаваемым, чтобы отражать индивидуальность города.

- Простота: чем проще дизайн, тем легче его запомнить и воспроизвести.

- Связь с городом: логотип должен вызывать ассоциации с историей, культурой, природой или другими особенностями города. Например, всё ещё многие помнят про статус «город-сад», который был у Омска ранее. Также у граждан России город ассоциируется с нашумевшим сыром-косичкой, «укатившимся» памятником-шаром и хоккейной командой «Авангард», как сообщает пресс-служба компании «Яндекс» [4].

- Универсальность: логотип должен подходить для различных носителей и форматов (например, для печати, веб-сайтов, социальных сетей и т.д.).

- Восприятие: логотип должен создавать положительное впечатление о городе и его жителях. А также, не содержать неприятных, отталкивающих, жестоких или запрещённых к пропаганде образов.

- Палитра: цветовая гамма ограничена двумя лаконичными цветами, а именно белым и синим (а также голубым) цветом. Синий и голубой – успокаивающие и приятные человеческому глазу цвета. Интересный факт, к которому пришли социологи Университета штата Мэриленд (США), что 42 % мужчин и 29 % женщин предпочитают именно этот цвет [3].

Для разработки логотипа были использованы все знакомые символы города, наиболее удачным, по мнению автора, является логотип на рис. 4.

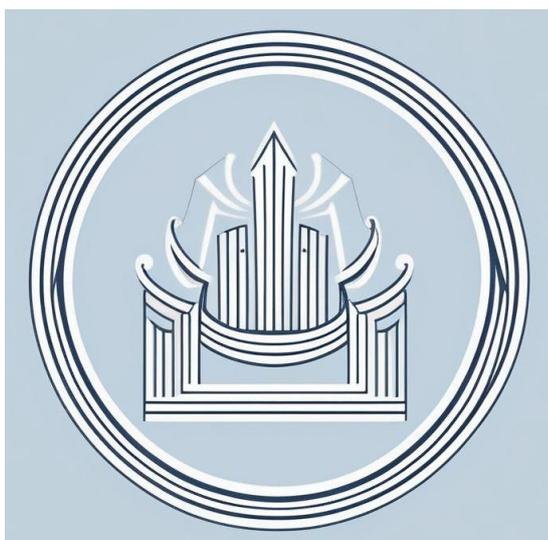


Рис. 4. Предлагаемый логотип для создания бренда города Омска

В нём акцент был сделан на одну и самых сильных сторон города – многочисленные театры и музеи. Стоит уточнить, что созданный автором вариант предлагается скорее в качестве примерной модели. Разработка настоящего логотипа для города должна проводиться с учётом мнения экспертов в различных отраслях, которые, например, имеют достаточный опыт и данные для более глубокого анализа рынка, достаточный набор знаний в области дизайна и т. д. Подобная информация и навыки, в силу недостатка опыта, недоступны автору данной статьи, потому все предлагаемые решения в области создания бренда города носят рекомендательный характер.

Логотип представляет собой абстрактное изображение, состоящее из трех основных элементов: кругов, линий и основной фигуры – символизирующей совокупные очертания театров и музеев Омска. Особенно хорошо читается влияние Омского государственного академического театра драмы и Омского государственного музыкального театра. Круг, в который заключена фигура, символизирует бесконечность, непрерывность и гармонию. Линии образуют некий фундамент, обозначающий стабильность, решительность и стремление к прогрессу. Вместе эти элементы олицетворяют концепцию развития и взаимодействия всех аспектов культурной жизни человека, проживающего в Омске или являющегося для него временным гостем.

Предложенный логотип можно использовать для памятных календарей, магнитов, туристических брошюр, изображать на кружках, футболках и прочем «мерче». Прекрасной возможностью для города создать ассоциацию с новым лого было бы расположение «мерча» во всех бюджетных учреждениях, к примеру, государственных театрах и музеях, а также использование его на крупных мероприятиях, фестивалях, праздниках. Таким образом, появится множество фото от пользователей в сети Интернет, на фон многих из них попадёт этот логотип, а значит, ближайшее окружение с помощью «сарафанного радио» узнает о всех преимуществах отдыха и жизни в Омске. По прогнозам автора, таким образом удастся уменьшить затраты на прямую рекламу, но эффективно привлекать людей к бренду.

Стоимость подобного логотипа для города зависит от разных факторов, таких как опыт и репутация дизайнера, сроки выполнения работы, размер и сложность логотипа, а также дополнительные услуги, такие как послепродажная поддержка и консультации.

На печать логотипа на разном «мерче» также уйдут значительные средства, по минимальным подсчётам, сумма может варьироваться от нескольких тысяч до нескольких сотен тысяч рублей. На стоимость будет влиять размер, выбранный материал изделия и вид печати. Следовательно, на раннем этапе введения логотипа лучше осуществлять заказ небольших партий, чтобы в будущем найти «золотую середину» между качеством и ценой изделий.

Несколько не прошедших отбор логотипов можно увидеть на рис. 5.



Рис. 5. Альтернативные варианты логотипа города Омска

Создание бренда – это процесс, который требует значительных затрат времени, денег и усилий. Причины – необходимые для создания бренда мероприятия, а именно: исследование рынка, разработка концепции, производство, маркетинг, поддержка и развитие. Несмотря на предстоящие затраты бренд города может помочь снизить стоимость привлечения новых инвестиций и увеличить доходы от туризма, окупить расходы в долгосрочной перспективе.

Для формирования бренда города важно, чтобы органы власти, учреждения культуры и хозяйственные субъекты сотрудничали и выстраивали общую стратегию. Рекомендации могут включать в себя создание специальной рабочей группы, в которую войдут представители всех заинтересованных сторон, для разработки маркетинговой стратегии и плана действий. Данный план может включать мероприятия по продвижению туристического потенциала города, проведению культурных событий, развитию инфраструктуры и рекламной кампании. Также рекомендуется проведение консультаций с местным населением и экспертами в области маркетинга и городского развития для определения основных осо-

бенностей и ценностей города, которые можно использовать для формирования уникального бренда.

Помимо этого, органы власти должны поддерживать инвестиции в развитие инфраструктуры, улучшение городской среды и обеспечение безопасности. Учреждения культуры должны активно привлекать местных художников, музыкантов и других творческих личностей для участия в проектах, направленных на продвижение города. Также можно организовывать фестивали, выставки и концерты, которые подчеркнут уникальные черты города и его культурное наследие.

От хозяйственных субъектов стоит ожидать активного участия в различных инвестиционных проектах, направленных на развитие города. К примеру, они могут поддерживать строительство новых объектов инфраструктуры, открывать новые рабочие места, а также вносить финансовый вклад в публичные мероприятия по продвижению города. В целом формирование бренда города требует совместных усилий всех заинтересованных сторон. Важно создать единую «визию» и привлечь поддержку как местного сообщества, так и внешних инвесторов, туристов. Только такой совместный подход позволит успешно формировать и продвигать уникальный бренд города. Кроме того, необходимо уделить внимание цифровому маркетингу и присутствию города в онлайн-пространстве. Современные технологии позволяют эффективно продвигать бренд города через социальные сети, интернет-платформы и цифровые рекламные кампании. Такой подход поможет привлечь внимание широкой аудитории, включая потенциальных туристов, инвесторов и новых жителей.

Важно также продвигать активное участие местного бизнеса в развитии бренда города. Владельцы местных предприятий могут активно участвовать в создании партнерских программ, спонсировании городских мероприятий и внедрении инновационных проектов, способствующих улучшению имиджа города. Наконец, для успешного формирования бренда города необходимо постоянное изучение опыта других городов и собственных достижений, анализ реакции аудитории и гибкое корректирование маркетинговой стратегии в соответствии с изменяющимися трендами и потребностями сообщества. Только такой подход позволит создать долгосрочный и устойчивый бренд города, который будет способствовать его развитию и процветанию.

Омск – это один из крупнейших городов России и важный транспортный узел. Омск известен своей богатой историей и культурой, а также множеством достопримечательностей. Одним из

главных символов города является Омская крепость, которая была построена в XVIII веке. Крепость является историческим памятником и привлекает множество туристов. Кроме того, в Омске есть множество музеев, галерей и театров, которые предлагают посетителям разнообразные программы и выставки. Например, Музей изобразительных искусств имени М. А. Врубеля, где можно познакомиться с произведениями искусства разных эпох и направлений. Также в Омске находится множество парков и скверов, где можно отдохнуть и насладиться природой. Один из самых популярных парков – «Зеленый остров», который является местом проведения различных мероприятий и фестивалей. В целом Омск – это прекрасный город, который стоит посетить каждому туристу. Здесь можно насладиться культурными мероприятиями, познакомиться с историей города и просто приятно провести время.

Вот некоторые из преимуществ Омска для туризма, которые можно отметить:

- Богатое культурное наследие: Омск имеет множество исторических и культурных достопримечательностей, таких как музеи, театры, памятники и архитектурные объекты.

- Разнообразие развлечений: в Омске можно найти разнообразные развлечения, такие как парки, спортивные комплексы, кинотеатры и рестораны.

- Удобное расположение: Омск находится в центре России, что делает его легко доступным для туристов из других городов и стран.

- Экологически чистые районы: в Омске есть множество парков и зеленых зон, где туристы могут насладиться свежим воздухом и красивыми видами.

- Развитая инфраструктура: Омск имеет хорошо развитую транспортную систему, что облегчает передвижение по городу.

- Дружелюбные жители: жители Омска очень гостеприимны и всегда готовы помочь туристам.

Омск может предложить своим жителям и туристам: 14 театров, 39 музеев, 7 парков, 48 скверов [5], а также разбросанные то тут, то там памятники архитектуры, статуи, инсталляции и памятные зоны для фото, прекрасные отели, рестораны и развлекательные заведения. Недавно в городе в рамках государственно-частного партнерства между «Газпром нефтью», Правительством РФ и правительством Омской области была построена G-Drive Арена [6].

В заключение, можно сказать, что Омск имеет огромный потенциал для развития туризма. Благодаря своим уникальным культурным и историческим достопримечательностям, разнообразным развлечениям, удобному расположению (город находится в центре России, что делает его легко доступным для туристов из других регионов и стран), развитой инфраструктуре Омск становится все более привлекательным местом для туристов со всего мира.

Создание бренда города Омска является важным шагом для развития города и улучшения его имиджа. Бренд поможет привлечь внимание инвесторов, туристов и новых жителей, а также подчеркнуть уникальность и привлекательность Омска для жизни, работы и отдыха. Бренд может использоваться для продвижения города на международном уровне, что поможет увеличить поток инвестиций и туристов. Кроме того, создание бренда может стимулировать развитие местного бизнеса и создание новых рабочих мест, а также улучшить качество городской инфраструктуры и экологии. Таким образом, создание бренда города Омска будет способствовать его устойчивому развитию и процветанию в будущем.

### **Библиографический список**

1. Друганова М. Бренд города: что это и как он создается [Электронный ресурс] // Агентство Plenum. – URL: <https://plenum.ru/blog/brending-goroda>.
2. Примеры бренда Омской области [Электронный ресурс] // БрендОмска.рф. – URL: <https://www.брендомска.рф/omsk>.
3. Самый любимый цвет людей [Электронный ресурс] // Мастерок.жж.рф. – URL: <https://masterok.livejournal.com/4912838.html>.
4. Бейсебаев Д. Россияне ассоциируют Омск с сыром-косичкой и укатившимся шаром [Электронный ресурс] // NGS55.ru. – URL: <https://ngs55.ru/text/gorod/2014/06/19/1838981>.
5. 27 достопримечательностей Омска, которые стоит посмотреть [Электронный ресурс] // TripPlanet.ru. – URL: <https://tripplanet.ru/dostoprimechatelnosti-omska>.
6. Об Арене [Электронный ресурс] // G-Drive Арена. – URL: <https://gdrivearena.ru/#about>.
7. Старцева А. С. Специфика создания и продвижения культурного бренда Омской области // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2015. – № 30. – С. 49–60. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-sozdaniya-i-prodvizheniya-kulturnogo-brenda-omskoj-oblasti/viewer>.

## **Раздельный сбор мусора как форма экопросвещения учащихся омских школ**

***Р. Р. Сайбулина***

*Омская гуманитарная академия  
Научный руководитель — канд. экон. наук,  
канд. ист. наук, доцент Н. А. Левочкина*

Экологическая проблема мусора на сегодняшний день является глобальной задачей для экологов всего мира. С началом технического прогресса появились новые материалы, требующие особых условий утилизации и переработки. Объемы потребления ежегодно увеличиваются, что вызывает рост количества отходов. Правильная утилизация мусора поможет избежать загрязнения планеты.

Проблема мусора – одна из актуальных проблем в мире. Каждый день, выбрасывая отходы в мусорные ведра, люди даже не задумываются о том, что тем самым наносят вред природе – загрязняют воду, почву, воздух. Сегодня мусор составляет серьезнейшую проблему для Омска как одного из городов-миллионеров России. По оценке РЭК Омской области, каждый житель многоквартирного дома в Омске производит в сутки килограмм мусора. Если точнее – в среднем в сутки на человека приходится по 7 литров мусора в благоустроенных домах, по 8 литров (почти 2 килограмма) – в неблагоустроенных домах. Согласно данным Правления Региональной энергетической комиссии Омской области, норматив накопления твердых бытовых отходов в частных неблагоустроенных домах в Омске составляет в месяц на одного человека – 60,2 кг, а в таких же домах в сельских районах – 22,3 кг. Что касается благоустроенных домов, то в Омске на одного жителя в месяц утвержден норматив в размере 25,55 кг. Таким образом, по статистике, ежегодно в регионах образуется около пяти миллионов тонн отходов производства и потребления [1]. Так как же правильно избавляться от мусора, чтобы минимизировать вред окружающей среде? Одним из эффективных способов является метод раздельного сбора мусора, ведь сортировка позволяет перерабатывать мусор и использовать его в качестве сырья для производства нужных материалов и вещей.

Цель данной работы заключается в формировании культуры бережного отношения к природным ресурсам у учеников 2–9 клас-

сов через внедрение практики современного сбора отходов, подлежащих вторичной переработке. Для достижения поставленной цели нами были поставлены следующие задачи: во-первых, провести в образовательных учреждениях лекции по сортировке отходов и экологическому образу жизни для учеников 2–9 класса; во-вторых, организовать экскурсии на Омский перерабатывающий завод для учеников 2–9 класса; в-третьих, разработать и провести акцию «Мы за сортировку мусора» для учеников 2–9 класса. Объект исследования – сортировка мусора, субъект – ученики 2–9 классов города Омск.

#### **Основное содержание понятия «экопросвещение»:**

1. Термин «Экологическое просвещение» прочно вошел в текст норм действующего международного зарубежного и отечественного законодательства в сфере природопользования, охраны окружающей среды и обеспечение экологической безопасности» (Л. Г. Ключанова) [1].

2. Воспитание культуры отдельного сбора вторичного сырья (О. П. Дружакина) [2].

3. В целях формирования экологической культуры в обществе воспитания бережного отношения к природе, рационального использования природных ресурсов осуществляется экологическое просвещение посредством распространения экологических знаний об экологической безопасности, информации о состоянии окружающей среды и об использовании природных ресурсов (Федеральный закон от 10.01.2002 N 7-ФЗ (ред. от 08.08.2024) «Об охране окружающей среды». Статья 74. Экологическое просвещение).

#### **Основное содержание понятия «раздельный сбор отходов»:**

1. Это предварительная мера для стимулирования высококачественной переработки и рециркуляции (М. Г. Гирич, А. Д. Левашенко) [3].

2. Раздельный сбор отходов (РСО) или, по новому законодательству, «накопление») – это такой способ собирать (копить) отходы, когда перерабатываемые фракции максимально отделяются от не перерабатываемых уже в тех местах, где отходы образуются, например, на придомовой территории (А. Гаркуша) [4].

3. Раздельный сбор отходов как наиболее оптимальная схема обращения с ТКО. Использование отходов, разделение их на полезные компоненты, применяемые в качестве вторичного сырья на предпри-

ятиях, позволяют не только извлекать финансовую выгоду из мусора, но и очищать окружающую среду (Е. А. Преликова, В. В. Юшин, Е. В. Вертакова) [5].

Впервые переработкой мусора занялись в Великобритании 200 лет назад. Сейчас во многих странах мира сортируют мусор как минимум на две категории: перерабатываемый и не перерабатываемый. В некоторых странах, таких как Япония, мусор сортируют по 34 категориям, также для граждан предусмотрено денежное поощрение за возвращение тар и упаковок. В России в настоящее время практика раздельного сбора мусора только начинает свое развитие [6].

Россияне не готовы перенять опыт других стран и начать сортировать различные виды твердых бытовых отходов по разным контейнерам и сдавать их в определенный день и час. Именно поэтому инфраструктуры по раздельному сбору ТБО в России настолько неуспешны и захватывают слишком маленький процент населения. Для того, чтобы инфраструктура раздельного сбора мусора в России была наконец-то создана, успешно функционировала и не была отвергнута населением, пропаганду и обучение азам раздельного сбора мусора нужно начинать уже в школе [7].

С. В. Алексеевым и Н. В. Гущиной было проведено исследование «Современные экологические проблемы глазами школьников» в ходе которого были получены интересные данные. Школьники Санкт-Петербурга выше среднего оценивают экологические знания в целом (6,8 по 10-балльной шкале), особенно в области глобальных экологических проблем (7,2), а также экологических проблем своего региона (6,5). Оценка собственного экологического поведения (учет экологических ценностей) в повседневной жизни также довольно высокая – 6,3. Низкой является оценка собственной компетентности, связанной с исследованием экологического состояния окружающей среды различными методами (4, 7). Наиболее низкие оценки получило участие школьников в различных экологических проектах и акциях (3, 7) а также во внеурочной экологической деятельности и дополнительном образовании (3,6) [7].

Автором была разработана экологическая акция «Мы за сортировку мусора», которая включает в себя:

1 этап. Введение (день № 1)

- Сбор обучающихся в младших и средних классов в школе;
- Беседа о важности чистоты в окружающем мире;

- Рассказ и знакомство учеников с видами мусора;
- Рассказ ученикам об акции «Мы за сортировку мусора»
- Инструктаж о технике безопасности и цели акции;
- Назначение даты, времени, необходимого инвентаря;

2 этап. Основной (день № 2)

- Сбор возле школы;
- Распределение обучающихся младших и средних классов на участки, за которые они будут отвечать;
- Начало выполнения работы;
- Сбор и утилизация мусора

Данная акция позволит ученикам узнать, что весь мусор можно разделить на несколько групп, это – бумага, пластик, стекло и смешанный мусор. Разделение мусора делается в целях избегания смешения разных типов мусора и загрязнения окружающей среды. Также данная акция позволит подарить отходам «вторую жизнь». Будут организованы экскурсии трех групп учеников (2–4 кл., 5–7 кл., 8–9 кл.) на Омский завод по переработке пластических масс. Ученики смогут познакомиться с полным циклом процесса сортировки мусора и увидеть, какие технологии в нем участвуют. С помощью данных мероприятий ученики узнают, зачем нужна сортировка мусора, и каковы преимущества раздельного сбора. Также с помощью данного проекта мы сможем поменять ситуацию для школьников младших и средних классов г. Омска. Очевидно, не во всех школах есть возможность организовать пункты сбора раздельного мусора, но можно начать с малого: расставить коробки для макулатуры и контейнеры для сбора отходов. Это уже шаг к тому, что ученики со временем приучатся сортировать весь мусор, в том числе и дома.

После проведения мастер-классов по раздельному сбору мусора и экологической акции «Мы за сортировку мусора» среди школьников будет проводиться анкетирование для установления обратной связи со школьниками. Анкетирование будет проводиться для трех групп – это 2–4 кл., 5–7 кл., 8–9 кл. С помощью анкетирования можно будет установить, как ученики младших и средних классов относятся к теме сортировка отходов, как они усвоили данную экологическую информацию по раздельному сбору мусора. В целом подобные социально-экологические проекты будут способствовать формированию экологической культуры школьников и населения в дальнейшем

## Библиографический список

1. Клюканова Л. Г. Экологическое просвещение как научно-образовательный, управленческий и информационный ресурс современного общества // Образование и право. – 2018. – № 5. – С. 261–269. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologicheskoe-prosveschenie-kak-nauchno-obrazovatelnyy-upravlencheskiy-i-informatsionnyy-resurs-sovremennogo-obschestva/viewer>.

2. Дружакина О. П. Развитие раздельного сбора отходов: информационно-просветительское сопровождение и профессиональное экологическое волонтерство // Экономика строительства и природопользования. – 2022. – № 1-2 (82-83). – С. 152–157. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-razdelnogo-sbora-othodov-informatsionnoprosvetitel'skoe-soprovozhdenie-i-professionalnoe-ekologicheskoe-volonterstvo>.

3. Гирич М. Г., Левашенко А. Д. Разделяй и властвуй: скрытые возможности рынка отходов в России и мире // Международная торговля и торговая политика. – 2019. – № 1. – С. 72–84. –DOI: 10.21686/2410-7395-2019-1-72-84.

4. Гаркуша А. Как внедрить раздельный сбор отходов в своем дворе [Электронный ресурс]. – URL: [rsbor-msk.ru>wp-content/uploads/2018/06/guide.pdf](https://rsbor-msk.ru/wp-content/uploads/2018/06/guide.pdf).

5. Преликова Е. А., Юшин В. В., Вертакова Е. В. Эколого-экономические приоритеты раздельного сбора отходов // Лесотехнический журнал. – 2019. – Том 9, № 1 (33). – С. 187–195. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologo-ekonomicheskie-prioritety-razdelnogo-sbora-othodov>.

6. Реваева Е. Уровень экологической культуры жителей Первомайского района г. Новосибирска (на примере отношения к бытовому мусору) // Исследователь/Researcher. – 2021. – № 1-2 (33-34). – С. 284–294. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/uroven-ekologicheskoy-kultury-zhiteley-pervomayskogo-rajona-g-novosibirsk-na-primere-otnosheniya-k-bytovomu-musoru>.

7. Пономарева В. А., Шефель А. А. Мусор в нашей жизни // Комплексные исследования детства. – 2022. – Том 4, № 3. – С. 239–248. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/musor-v-nashey-zhizni>

# Методы нормативного планирования

**Р. Р. Сайбулина**

Омская гуманитарная академия

*Научный руководитель — канд. экон. наук, доцент Н. Е. Алексеев*

Методы нормативного планирования – это различные подходы и инструменты, используемые для определения нормативов и стандартов в различных областях деятельности[1].

В статье представлен краткий обзор различных принципов и методов нормативного планирования, их особенностей и применения в сфере экономики.

Актуальность методов нормативного планирования заключается в их важной роли для обеспечения эффективности и устойчивого развития организаций и государственных институтов. В условиях быстро меняющейся экономической и социальной среды нормативное планирование помогает оптимизировать расходы, управлять рисками, повышать производительность и обеспечивать соответствие стандартам и требованиям.

В современном мире, где конкуренция и изменения на рынке становятся все более высокими, умение эффективно использовать методы нормативного планирования становится критически важным для устойчивого развития организаций.

Таким образом, актуальность методов нормативного планирования связана с их способностью обеспечить устойчивое развитие и эффективное функционирование организаций и институтов в динамичной и непредсказуемой среде [2].

Принципы нормативного планирования – это основные принципы, которые используются при разработке и реализации нормативных планов и программ. Они определяют основные направления и принципы действий, которые должны быть соблюдены при создании этих планов и программ.

Основные принципы нормативного планирования:

1. **Целостность:** планирование должно быть выполнено как систематический и структурированный процесс, учитывающий все аспекты и факторы, влияющие на достижение целей.

2. **Гибкость:** планы должны быть гибкими и способными к адаптации к изменяющимся условиям и требованиям.

3. Рациональность: планы должны быть основаны на обоснованных исследованиях и анализе данных, а не на субъективных предположениях.

4. Обратная связь: планирование должно включать процесс контроля и обратной связи, чтобы оценить выполнение планов и внести необходимые корректировки.

5. Участие заинтересованных сторон: процесс планирования должен включать участие всех заинтересованных сторон, чтобы обеспечить консенсуса и поддержки для реализации планов.

6. Устойчивость: планы должны способствовать устойчивому развитию, учитывая экологические, социальные и экономические аспекты.

7. Прозрачность: планы и процесс планирования должны быть открытыми и доступными для всех заинтересованных сторон.

8. Эффективность: планы должны быть эффективными в достижении поставленных целей и задач в рамках доступных ресурсов.

9. Согласованность: планы должны быть согласованы с другими стратегическими и оперативными планами, чтобы обеспечить их взаимодействие и согласованность.

10. Прогнозирование: планы должны учитывать будущие тенденции и изменения, чтобы обеспечить адекватное реагирование на изменяющиеся условия [4].

Существуют различные методы нормативного планирования, включая:

1. Метод исторического анализа – основывается на изучении и анализе предыдущих результатов и опыт для определения нормативов и планов на будущий период.

2. Метод сравнения – используется для сопоставления текущих данных и показателей с нормативами и стандартами, чтобы определить отклонения и потенциальные улучшения.

3. Метод экспертных оценок – основан на мнениях и опыте экспертов в отношении будущих рыночных условий, тенденций и возможных сценариев развития.

4. Метод статистического анализа – используется для анализа и интерпретации статистических данных для определения трендов, прогнозных показателей и вероятности различных событий.

5. Метод операционного исследования – основан на математическом и модельном анализе для определения оптимальных стратегий, решения проблем и распределения ресурсов.

Методы нормативного планирования помогают достичь более эффективного и устойчивого развития в различных сферах жизни и деятельности общества. Они основаны на использовании норм и стандартов, установленных на основе исследований и опыта.

### **Библиографический список**

1. Алексеева М. М. Планирование деятельности фирмы. – Москва : Финансы и статистка, 2019. – 248 с.
2. Белюсева С. В., Лузгина О. А. Балансовый метод планирования незавершенного производства промышленного предприятия // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2011. – № 3. – С. 107–113. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/balansovyy-metod-planirovaniya-nezavershennogo-proizvodstva-promyshlennogo-predpriyatiya>.
3. Бухалков М. И. Планирование на предприятии : учебник / М. И. Бухалков. – 4-е изд., испр. и доп. – Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2020. – 411 с.
4. Балансовый и нормативный метод в прогнозировании и планировании [Электронный ресурс]. – URL: [https://works.doklad.ru/view/Fds7bP\\_Dpag/2.html](https://works.doklad.ru/view/Fds7bP_Dpag/2.html) (дата обращения: 17.11.2023).
5. Планирование на предприятии : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)» / Е. С. Вайс и др. – 5-е изд., стер. – Москва : КноРус, 2015. – 336 с.
6. Восканян А. Финансовое планирование деятельности предприятия [Электронный ресурс]. – URL: <https://intuit.ru/studies/courses/20739/836/lecture/31443> (дата обращения: 05.11.2023).

# Бизнес-план вегетарианского кафе

**М. С. Чащина**

Омская гуманитарная академия

*Научный руководитель — канд. экон. наук, доцент А. И. Ридченко*

Заведения для вегетарианцев – одна из наиболее перспективных и свободных ниш для небольших кафе [1]. Конкуренция на этом рынке слабая. В настоящее время в Омске имеется лишь два специализированных на вегетарианской кухне кафе. Обычные заведения, в свою очередь, не могут предоставить большого выбора вегетарианских блюд. В специализированном заведении меню, как правило, намного разнообразнее.

Среди плюсов проекта стоит выделить сбалансированное питание, в котором есть все необходимые для организма питательные вещества. Много овощей и фруктов, в которых нет холестерина, – это рацион вегетарианца. Основные показатели бизнес-плана (из резюме) следующие (табл. 1).

Основные показатели бизнес-плана

Срок окупаемости	3 мес.
Точка безубыточности	415 898 руб.
Рентабельность продаж	54 %
Ставка дисконтирования	15 %
Чистый дисконтированный доход	2 673 616 руб.
Индекс доходности	2.4
Внутренняя норма доходности	43,4 %

Целевая аудитория кафе – молодые люди и люди среднего возраста, беспокоящиеся о своем здоровье и ведущие здоровый образ жизни; а также люди, по религиозным причинам предпочитающие вегетарианские блюда. Кафе ориентируется в первую очередь на людей со средним уровнем достатка, но также имеет в ассортименте блюда, доступные по цене для студентов и других, зачастую малообеспеченных, групп населения.

Рекламная кампания должна включать как интернет-продвижение, так и другие мероприятия в реальной жизни. Необходимо создать профили в соцсетях, напечатать листовки, флаеры и визитки.

До открытия кафе на первоначальную раскрутку предполагается потратить 80 т. руб.

Оптимальный вариант для размещения вегетарианского кафе – Центральный округ города, ул. Ленина. Помещение для кафе должно иметь подключения к электросети, водопроводу, канализации, вентиляции.

Для заведения на 30–35 человек потребуется помещение около 100 кв. м, и на этой площади будут размещаться:

- зал для посетителей;
- кухня и хозяйственный блок;
- туалеты для посетителей и персонала;
- кабинет администрации.

Открывать большое кафе на 100 мест не имеет смысла, потому что оно будет предназначено для небольшого круга людей. Возьмём заведение примерно на 35 человек; плюс кухня и подсобное помещение – 100 м<sup>2</sup>. Стоимость арендной платы за 100 м<sup>2</sup> в центре города будет стоить от 50 000 руб. и выше плюс коммунальные услуги – 10 000 руб. Получаем 60 000 руб. в месяц за аренду помещения в 100 м<sup>2</sup>.

После оформления договора аренды помещения нужно будет получить заключение СЭС и пожарной инспекции, разрешение Роспотребнадзора. Также необходимо заключить договоры на вывоз мусора, дератизацию и дезинсекцию.

Прежде чем открыть свой вегетарианский бизнес, необходимо оформить индивидуальное предпринимательство, и отметить в налоговой инспекции. Когда документы будут оформлены и оплачены все пошлины, можно приступать к найму сотрудников и обустройству помещения.

Для персонала вегетарианского кафе подбираются люди, разделяющие ценности и философию вегетарианства. В таком случае работники более замотивированы на успех предприятия и с легкостью обеспечивают дружелюбную атмосферу в заведении.

В соответствии с этим штатным расписанием предусмотрено следующее функциональное распределение обязанностей среди персонала.

1. Управляющий ответственен за общую схему организации работы кафе, соблюдение персоналом трудовой и технологической дисциплины, техники безопасности. Ведет финансовый и управлен-

ческий учет деятельности предприятия. Активно взаимодействует с поставщиками овощей, фруктов, пищевых ингредиентов, расходных материалов, другими контрагентами, государственными и муниципальными надзорными органами. Также управляющий непосредственно работает с рекламным бюджетом, организует распространение рекламы. Управляющий должен иметь опыт работы на руководящих должностях в сфере ресторанного питания и обслуживания.

2. Шеф-повар – технолог ответственен за производственную и технологическую часть работы кафе. Он обеспечивает соблюдение технических и санитарных норм производства блюд, подготовки продуктов, их правильного хранения, соблюдения сроков годности, порядка утилизации пищевых отходов. На шеф-поваре-технологе лежит ответственность за исправную работу оборудования. Он обязан своевременно обращаться к управляющему для поддержания соответствующего уровня работы всего пищевого оборудования, используемого в кафе.

3. Повар выполняет непосредственно задачи, связанные с приготовлением блюд в соответствии с ассортиментом кафе и ежедневным меню. Непосредственно подчиняется шеф-повару технологу.

4. Официант работает в клиентской зоне кафе, принимает заказы клиентов, осуществляет расчет клиентов.

5. Кухонный рабочий выполняет работу, связанную с поддержанием санитарных норм помещений кафе, помогает производить погрузку и выгрузку, помогает поварам при обработке продуктов.

6. Бариста – работает непосредственно за барной стойкой, готовит кофе.

На кухне должны быть оборудованы отдельные зоны для приготовления холодных и горячих блюд, кондитерских изделий. На этапе составления дизайн-проекта и выбора оборудования необходимо учесть требования СЭС для заведений общепита.

По расчётам, в будний день такое заведение будет посещать около 80 человек, в выходной или праздник – до 160 человек. Средний чек с одного посетителя в вегетарианском кафе составит 500 руб. Доход заведения составит в месяц порядка 1 545 500 руб., чистая прибыль – 939 000 руб. Рентабельность дела может достигать 32 %, окупятся стартовые вложения в бизнес через 3 месяца.

Для полноценного функционирования вегетарианской кухни потребуется кухонное оборудование на сумму 755000 руб.

Оборудование будет приобретено на сумму 295 000 руб.

Сумма расходов на покупку оборудования для бара и кухни составит 1 050 000 руб.

Расходы на покупку мебели составят 322 500 руб.

Расходы на дизайн кафе составят:

- услуги дизайнера – 70 000 руб.
- декоративные украшения – 110 000 руб.

Расходы на создание и комплектацию кафе предметами декора составляют – 180 000 руб. Амортизационные отчисления составят 277 649 руб. в год.

Стартовые вложения для открытия вегетарианского кафе:

- оформление документов, регистрация деятельности, лицензии – 100 000 руб.;
- ремонт помещения – 200 000 руб.;
- дизайн – 180 000 руб.;
- оборудование, мебель – 1 372 500 руб.;
- реклама – 80 000 руб.

Итого: 1 932 500 руб.

Ежемесячные расходы составят 695 760 руб.

Постоянные затраты	415 760 руб.
Переменные затраты	280 000 руб.

Вместительность кафе – 35 человек. Учитывая загрузку одного столика в размере 120 минут и 12- часовой график работы заведения, получается максимальная загрузка кофейни в день:  $35/2 * 12 = 210$  столов.

Статистика показывает, что загрузка в кафе в будние дни составит 40 %, т. е. 81 стол. В выходные дни ситуация другая – загрузка 80%, получится загрузка в 163 стола.

Итого за 1 календарный месяц число занятых посетителями столиков равно:  $22 * 81 + 8 * 163 = 3085$ . Средний чек в вегетарианском кафе на 1 столик равен 500 рублей.

Ежемесячная выручка составит:  $3085 * 500 = 1542500$  руб. Чистая прибыль будет равна:  $1542500 - 695760 = 846740$  руб.

Срок окупаемости: равен  $\frac{1932500}{(846760 * 12) + 57120} = 0,19$  года = 2,27 мес.

Точка безубыточности продаж:

$$\frac{\text{Постоянные расходы}}{1 - (\text{Переменные расходы} / \text{Объем продаж})} = \frac{415760}{1 - (280\,000/846\,760)}$$

Точка безубыточности продаж равна: 620 537 руб.

Рентабельность продаж равна: 8 %.

Конкуренция в этом сегменте бизнеса крайне низкая даже в крупных городах, поэтому кафе для вегетарианцев – одно из самых перспективных направлений в сфере общепита. Даже в мегаполисах до сих пор мало вегетарианских кафе и ресторанов, а в небольших городах и вовсе сложно найти хотя бы одно специализированное заведение общепита для поклонников этой системы питания. Правильно составив бизнес-план вегетарианского кафе, можно успешно запустить проект и получать стабильный доход.

Конкуренцию в этой нише могут составлять заведения общепита, имеющие вегетарианское меню. Однако в них, как правило, весьма скудный выбор блюд, что делает специализированное заведение более привлекательным в глазах посетителей.

К рискам этого бизнеса можно отнести зависимость от поставщиков и нестабильность качества продуктов. Поэтому один из ключевых факторов успеха – подбор надежных деловых партнеров, которые смогут обеспечить бесперебойные поставки свежих и качественных ингредиентов для приготовления блюд.

Еще одна возможная проблема – узость меню и необученный персонал. Важно нанять профессионального шеф-повара, который сам исповедует вегетарианство, и сможет предложить посетителям вкусное и разнообразное меню из растительных продуктов.

### **Библиографический список**

1. Осипова П. Вегетарианское кафе: особенности, актуальность, как открыть [Электронный ресурс]. – URL: <https://restoplace.cc/blog/vegetarianskoe-kafe?ysclid=m2hvz5fqui853683634>.

# Планирование издержек производства и цен

**М. С. Чащина**

Омская гуманитарная академия

*Научный руководитель — канд. экон. наук, доцент Н. Е. Алексеев*

Основной задачей деятельности предприятия является производство необходимых потребителям товаров и услуг. Любая производственная деятельность в рыночных условиях эффективна лишь в том случае, когда стоимость конечного продукта будет больше стоимости исходных ресурсов или факторов, затраченных на производство и сбыт, и основная цель предприятия состоит в максимизации этой разности. При этом существуют объективные экономические критерии, задающие оптимальные размеры выпуска товаров и услуг при существующих ограничениях ресурсов, которые в полной мере следует учитывать в процессе планирования. Издержки производства и реализации или себестоимость продукции, работ и услуг представляют собой стоимостную оценку используемых в процессе производства продукции природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов и других затрат на ее производство и реализацию [1].

Итак, наиболее эффективным решением задачи оптимизации прибыли является проведение анализа затрат на производство. С его помощью отслеживается зависимость финансовых результатов бизнеса от издержек и объема производства или сбыта. Теоретической базой для данного анализа является система управления себестоимостью, или система управления предприятием. Главное внимание уделяется изучению поведения затрат ресурсов в зависимости от изменения объема производства, что позволяет гибко и оперативно принимать решения по нормализации финансового состояния предприятия [2].

Издержки – это затраты, которые связаны с обращением и выпуском товаров [3].

Они зависят от того, сколько использовано ресурсов и цен на услуги. В случае если предприниматель применяет собственные ресурсы, а не приобретаемые, то цены выражаются в одинаковой единице, чтобы максимально точно определить величину затрат [4].

Стоит отметить, что в статистической и бухгалтерской отчетности их обычно отражают как себестоимость. Издержки производст-

ва состоят из расходов на оплату труда, материальных затрат, процентов за кредиты, а также расходов, которые связаны с продажей и продвижением товаров на рынок. Издержки производства могут быть как внутренними, так и внешними [5].

Издержки производства или экономические издержки обычно делят на: 1) средние; 2) совокупные; 3) маржинальные; 4) переменные; 5) постоянные.

Явные издержки вытекают из суммы платы за внешние ресурсы организации, то есть затраты на объекты, не находящиеся в прямой собственности предприятия [6].

Неявные издержки включают стоимость эксплуатации внутренних ресурсов, которые находятся в собственности предприятия. К неявным экономическим издержкам относят размеры денежных поступлений, которые предприятие могло бы получить от воплощения альтернативных решений. Например, сдав в аренду помещение владелец может получить больше прибыли, нежели занимая эту площадь для своей деятельности. Таким образом, неполученные платежи называются неявными.

Таким образом, экономический смысл производственных издержек заключается в зависимости объемов материальных затрат на факторы производства. Наиболее оптимальный результат правильной политики ведения расходов на производственные издержки заключается в наращивании выпуска продукции при минимизации затрат [7].

Во все средства, участвующие в производстве, (то есть в предметы и в его средства), а также в рабочую силу вкладывается авансируемый промышленный капитал, формой движения которого являются издержки производства. Это стоимость тех экономических ресурсов, которые растрчивает предприниматель, чтобы производить свою продукцию. Это понятие в экономической теории основывается на той идее, что ресурсы ограничены, и нужно искать альтернативные возможности их использования. Дело в том, что выбор конкретного способа, которым будет производиться товар, обуславливает потерю тех выгод, которые можно получить, используя соответствующие ресурсы способов, подходящих лучше из всех возможных.

Под себестоимостью понимаются все совокупные затраты, которые были понесены при изготовлении или покупке единицы товара (работ). Это понятие содержит в себе стоимостную оценку ре-

сурсов, задействованных в ходе производства или приобретения продукции / услуги [8].

Рост или уменьшение суммы расходов постоянного типа отражаются на стоимости продукции. Если величина затрат увеличивается, а стоимость продукции не изменяется, то это приводит к убыткам предприятия. Одновременно рост стоимости, при не изменяющихся постоянных затратах, ведет к увеличению прибыли производства. Равенство доходов и расходов приводит к нулевой прибыли и называется «точкой безубыточности» [9].

Издержки производства имеют большое значение в формировании конечного результата деятельности предприятия – прибыли или убытка. Итоговый результат деятельности суммируется из финансового результата от реализации продукции и доходов от вне-реализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям. Окончательный результат определяется как разница между выручкой от реализации продукции в действующих ценах и затратами на ее производство и реализацию. Таким образом, для получения максимально возможной прибыли нужно снижать затраты на производство и реализацию этой продукции. Основной путь уменьшения затрат производства – это экономия всех видов ресурсов, потребляемых в производстве, – трудовых и материальных.

Следует добавить, что в условиях рыночных отношений предприятие должно стремиться не только к получению максимальной прибыли, но и к рациональному, оптимальному использованию уже полученной прибыли. Это позволит не только удерживать свои позиции на рынке, но и обеспечить динамичное развитие его производства в условиях конкуренции.

### **Библиографический список**

1. Бабич Т. Н., Кузьбожев Э. Н. Планирование на предприятии. – Москва : КноРус, 2019. – 336 с.

2. Безруких П. С. Состав и учет издержек производства и обращения. – Москва: ФБК, 2020. – 228 с.

3. Берковский Д. А., Кондратьева О. В. Теоретические подходы к финансовому планированию и прогнозированию деятельности предприятия // Актуальные вопросы современной экономики. – 2019. – №4. – С. 830–846.

4. Бланк И. А. Управление прибылью / И. А. Бланк. – Киев : НикаЦентр, Эльга, 2019. – 544 с.

5. Брусов П. Н. Финансовый менеджмент. Финансовое планирование : учебное пособие / П. Н. Брусов, Т. В. Филатова. – Москва : КноРус, 2021. – 232 с.
6. Бухалков М. И. Внутрифирменное планирование : учебник. – Москва : ИНФРА-М, 2019 – 392 с.
7. Гаврилова А. Н. Финансовый менеджмент. Москва : КноРус, 2018 – 368 с.
8. Горемыкин В. А., Бугулов Э. Р. Планирование на предприятии : учебник. – Москва : Информационно издательский дом «Филинъ», 2020. – 328 с.
9. Горемыкин В. А. Планирование на предприятии : учебник для бакалавров / В. А. Горемыкин. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 696 с.

# **Риск-менеджмент и создание благоприятных инвестиционных условий в малом бизнесе: опыт организаций Сибири и Дальнего Востока**

***А. С. Шван***

Торговый бренд BROLASH, г. Омск

В регионах Сибири и Дальнего Востока малый бизнес играет ключевую роль в экономике, способствуя местному развитию и обеспечивая рабочие места для населения. Значимость этого сектора экономики трудно переоценить, поскольку малые предприятия являются двигателем инноваций, создают конкурентные условия на рынке и способствуют устойчивому экономическому росту регионов [4].

Однако, несмотря на значительный вклад, малый бизнес в регионах Сибири и Дальнего Востока сталкивается с рядом серьезных проблем, влияющих на его развитие и успешное функционирование. Одной из таких проблем является нехватка осведомленности и понимания в области управления рисками. Предприниматели часто не обладают достаточными знаниями и ресурсами для эффективного анализа и управления рисками, что может привести к нежелательным последствиям, таким как убыточность, потеря репутации и даже прекращение деятельности.

Более того, важным аспектом, негативно влияющим на развитие малого бизнеса в этих регионах, является проблема привлечения инвестиций [3]. Ограниченный доступ к финансовым ресурсам, высокие барьеры для инвесторов, нестабильная экономическая ситуация и недостаточная развитость инвестиционной инфраструктуры создают неблагоприятные условия для привлечения внешних вливаний, необходимых для роста и развития малых предприятий.

В этом контексте исследование риск-менеджмента и создание благоприятных инвестиционных условий для малого бизнеса в регионах Сибири и Дальнего Востока становится актуальной и важной задачей, направленной на поддержку предпринимательской активности, стимулирование инвестиций и обеспечение устойчивого развития экономики данных регионов [7].

Одним из ключевых аспектов риск-менеджмента является идентификация рисков [1]. Для успешного управления рисками необхо-

можно четко определить потенциальные угрозы и опасности, которые могут повлиять на бизнес малого предприятия. Регионы Сибири и Дальнего Востока представляют собой уникальную экономическую среду с высоким уровнем инвестиционных рисков. Особенности климатических условий, инфраструктурные ограничения и специфика рыночной конкуренции в этих регионах увеличивают потенциальную нестабильность инвестиционных проектов. Необходимость адаптации к экстремальным климатическим явлениям, сложности в транспортной доступности и ограничения в коммуникациях создают дополнительные риски для инвесторов. Кроме того, конкуренция на рынке, неравномерность спроса и предложения увеличивают неопределенность и возможные потери для инвестиционных проектов. Таким образом, управление инвестиционными рисками в данных регионах требует разработки стратегий, способных смягчить влияние данных факторов и обеспечивать стабильность инвестиционной деятельности в условиях переменчивой экономической среды.

Далее, особо важным этапом является оценка вероятности и потенциального воздействия событий на деятельность предприятия. В условиях переменчивой экономической обстановки в этих регионах, оценка рисков требует особого внимания к специфическим факторам, влияющим на бизнес малых предприятий [2].

Стратегии смягчения и трансферта рисков также играют важную роль в управлении рисками в малом бизнесе. Адаптация этих стратегий под специфику регионов Сибири и Дальнего Востока требует индивидуального подхода и анализа, учитывающего местные особенности и ограничения. Меры по смягчению рисков и перераспределению ответственности могут стать решающими факторами для успешного функционирования малого бизнеса в данных регионах.

Одним из наиболее распространенных способов практического применения в управлении рисками является метод «галстук-бабочка». Применение метода «галстук-бабочка» в малом бизнесе регионов Сибири и Дальнего Востока позволяет предпринимателям и аналитикам рассматривать потенциальные риски более системно и целостно. Анализируя эффекты «бабочки», то есть небольшие изменения, которые могут вызвать цепную реакцию в бизнес-процессах, они могут принимать более обоснованные и предвидящие решения, направленные на минимизацию рисков и повышение степени защищенности предприятия от негативных воздействий.

Акцентирование внимания на особых аспектах управления рисками в малом бизнесе в регионах Сибири и Дальнего Востока позволит разработать более эффективные стратегии и подходы к минимизации негативного воздействия внешних факторов на деятельность предприятий и создать более устойчивую инвестиционную среду.

Ключевым элементом успешной инвестиционной политики для предприятий становится понимание особенностей риск-ориентированного подхода. В этом контексте особое внимание следует уделить фигурированию концепции «фаундер-инвестор», где важным аспектом становится не только материальная компенсация, но и стремление к общему успеху и развитию проекта. Для усиления защиты интересов всех участников бизнес-процесса необходимо внедрение механизмов демпфирования рисков [5].

Следующим шагом в создании благоприятных условий для инвесторов и фаундеров становится оценка и диверсификация рисков. Разнообразие инвестиционных портфелей позволяет демпфировать потенциальные убытки и уменьшить вероятность деvaluации инвестиций в случае неудачных решений. Разработка индивидуальных стратегий управления рисками, учет макроэкономических показателей и проведение регулярного мониторинга ситуации на финансовых рынках позволит минимизировать возможные потери и увеличить степень привлекательности бизнес-проектов для инвесторов [6].

Таким образом, эффективное управление рисками и создание благоприятных инвестиционных условий в малом бизнесе требует комплексного подхода, который учитывает не только финансовые аспекты, но и стратегические цели и интересы каждого участника экономического процесса. Внедрение инновационных методов управления рисками и привлечение квалифицированных специалистов в эту область поможет обеспечить устойчивое развитие предприятий и создать благоприятную инвестиционную атмосферу в регионах Сибири и Дальнего Востока.

### **Библиографический список**

1. Николаенко В. С. Риск, риск-менеджмент и неопределенность: уточнение понятий // Государственное управление. Электронный вестник. – 2020. – № 81. – С. 91–119. DOI:10.24411/2070-1381-2020-10080.

2. Ряховская А. Н. Риск-менеджмент - основа устойчивости бизнеса / А. Н. Ряховская, О. Г. Крюкова, М. О. Кузнецова. – Москва : Издательство Магистр, 2019. – 256 с.
3. Воронцовский А. В. Управление инвестициями: инвестиции и инвестиционные риски в реальном секторе экономики : учебник и практикум для вузов / А. В. Воронцовский. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 391 с.
4. Чвора М. В. Оценка инвестиционного потенциала Сибирского федерального округа / М. В. Чвора, Т. А. Попова // Интеллектуальный потенциал Сибири : Сборник научных трудов 29-й Региональной научной студенческой конференции, посвященной Году науки и технологий в России, Новосибирск, 17–21 мая 2021 года / Под редакцией Д. О. Соколовой. Том Часть 1. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2021. – С. 318–322.
5. Сапронов А. Н., Ершова Т. Б. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия // Социальное и экономическое развитие АТР: проблемы, опыт, перспективы. – 2020. – С. 233–241.
6. Левин Ю. А. Анализ конкурентоспособности условий инвестирования и ведения бизнеса на Дальнем Востоке / Ю. А. Левин, А. О. Павлов // Финансовый бизнес. – 2019. – № 1 (198). – С. 20–23.
7. Хаирова С. М. Формирование экономического потенциала предприятий малого бизнеса Сибири / С. М. Хаирова, Н. Б. Пильник, Б. Г. Хаиров // Архитектурно-строительный и дорожно-транспортный комплексы: проблемы, перспективы, инновации : Сборник материалов III Международной научно-практической конференции, Омск, 29–30 ноября 2018 года. – Омск : Сибирский государственный автомобильно-дорожный университет (СибАДИ), 2019. – С. 485–492.

# **Роль населения и некоммерческих организаций в решении экологических проблем территории (на примере Омской области)**

**Е. А. Шерер**

Омская гуманитарная академия  
*Научный руководитель — канд. экон. наук,  
канд. ист. наук, доцент Н. А. Левочкина*

Экологические проблемы являются одним из самых глобальных вызовов современности, касающихся всех стран и регионов мира. Омская область не является исключением, и здесь также существуют экологические проблемы, которые затрагивают не только природу, но и здоровье населения. Решение этих проблем представляет собой важную задачу, которую не могут решить только власти, но в которой должны принимать участие и обычные люди, и некоммерческие организации. В данной статье рассмотрим роль населения и НКО в решении экологических проблем Омской области.

По проблемам экологии регулярно проводится круглый стол при участии руководителей экологических общественных организаций и представителей власти [3, 4, 5 и др.], где обсуждаются экологические проблемы Омской области, основные из них: расположение аэропорта в черте города Омска; вырубка городских скверов и парков; проблема водных ресурсов, а именно р. Иртыш и малых рек; несоответствие нормативным требованиям качества питьевой воды; отсутствие в городе завода по переработке мусора; опасность подтопления домов и другие.

Основные экологические проблемы Омской области, связанные с водными ресурсами, в большинстве случаев являются результатом соседства с промышленными предприятиями и сельскохозяйственными комплексами, которые сбрасывают сточные воды, и хозяйственно-бытовые стоки. Необходимые мероприятия по улучшению состояния водных объектов, систем и водосооружений, которые могут решить некоторые экологические проблемы Омской области: внедрение систем по повышению эффективности работы существующих очистных сооружений; возведение новых очистных сооружений непосредственно на промышленных, сельскохозяйственных и коммунальных объектах; снижение объемов сброса за-

грязняющих веществ до нормативных показателей; разработка программ, регламентирующих восстановление водных объектов;

На сегодняшний день все больше приобретают актуальности и другие факторы, воздействующие на экологические проблемы Омской области, одним из которых является рост числа автомобилей. Для современного человека стали обыденным явлением пробки на городских магистралях, в результате которых в атмосферу выбрасывается тысячи тонн выхлопных газов. Предприятия топливной промышленности и теплоэнергетики ежегодно выбрасывают в атмосферу свыше 20 тонн многокомпонентных химических загрязнителей, что естественным образом создает экологические проблемы в Омске и области. Для решения этих многочисленных проблем, следует предпринимать комплексные мероприятия.

Пути решения проблем: проведение работ по озеленению улиц и дворов; введение запрета на строительство автомобильных стоянок и заправок возле жилых массивов; оптимизация учета, сортировки, хранения и утилизации бытовых отходов; наведение порядка по соблюдению закона об охране окружающей среды и природы; привлечение внимания общественности через службы массовой информации, озвучивая основные экологические проблемы в Омске и области [1].

Для сохранения биоразнообразия в Омске можно предпринимать следующие меры:

1. Создание защищенных территорий: парков, заповедников, природных памятников.

2. Проведение мониторинга природных объектов и биологических видов.

3. Регулярное проведение экологических акций, которые должны направлять на поддержание экологического баланса города.

4. Привлечение населения к экологическому образу жизни, чтобы местные жители были заинтересованы в сохранении своей природной среды.

5. Организация программы посадки деревьев и цветов в городе, также создание городских парков, садов и скверов.

6. Адаптация технологий и принципов экологического строительства для потенциальных застройщиков и разработчиков новых территорий.

7. Управление стоками городской инфраструктуры и обработка отходов, ограничивающие негативное воздействие на окружающую среду.

8. Развитие экотуризма в Омске для создания дополнительного дохода, а также привлечения внимания общественности к проблемам сохранения биоразнообразия.

В Омске существует несколько способов утилизации отходов.

1. Утилизация на специальных полигонах – это наиболее стандартный способ утилизации твердых бытовых отходов. Отходы складываются в ячейки полигона и укладываются слоями.

2. Обработка на механических и биологических установках – механическая обработка включает сортировку, измельчение, компостирование, прессование и др. Биологическая обработка позволяет превратить отходы в пищу для бактерий и других микроорганизмов, которые перерабатывают их до состояния безвредных элементов.

3. Утилизация определенных видов отходов на специализированных предприятиях – например, такие отходы, как стекло, металлы, пластик и бумага, могут быть переработаны на специализированных предприятиях.

4. Переработка отходов на местах – это может быть, например, переработка органических отходов в компосте, который может быть использован в качестве удобрения для почвы.

В Омске, как и во многих других городах, существует проблема нехватки места для утилизации отходов, поэтому решение этой проблемы требует разработки комплексного и долгосрочного подхода. В настоящее время в городе постоянно проводятся работы по улучшению системы управления отходами и содействию переработке отходов с целью сокращения их вредного воздействия на окружающую среду.

Население является важным фактором в решении экологических проблем территории. Население города Омска имеет важную роль в сохранении экологической чистоты города и его природной среды. Например, многие жители Омска уже понимают важность сортировки отходов и использования экологически чистых и энергоэффективных технологий. Также жители города проводят экологические акции и мероприятия, направленные на сохранение экологической среды. В свою очередь, муниципалитет Омска содействует развитию экологической культуры и осведомленности населения, проводя экологические мероприятия и программы, направленные на улучшение экологического состояния города. В целом все это является позитивными шагами в направлении решения

экологических проблем территории. Однако проблемы с загрязнением воздуха и присутствием твердых отходов на улицах продолжают оставаться нерешенными в городе. Поэтому, чтобы повысить роль населения в решении экологических проблем, государственные органы должны активнее включать жителей Омска в разработку и реализацию программ экологической охраны, а также предоставлять информацию об экологических проблемах и методах их решения. В результате, роль населения в решении экологических проблем территории на примере города Омска является важной и нуждается в дальнейшем развитии и усилении со стороны всех заинтересованных сторон.

В Омской области некоммерческие организации играют важную роль в решении экологических проблем. Они занимаются охраной природы и промышленной безопасности, проводят экологические акции и мероприятия, проводят образовательную работу и информационную кампанию. Одной из таких организаций является Омский региональный отдел «Природа и Молодежь». Она занимается охраной и восстановлением природы в Омской области, организует экологические лагеря для детей и молодежи, проводит конкурсы и фестивали по охране природы. Также активную экологическую работу ведет Омское общественное объединение «Экологическая лига» – она занимается обработкой питьевой воды, очисткой сточных вод, охраной и восстановлением дикой природы в районах Омской области. Организация «За здоровую природу и здоровое будущее» – занимается регулированием использования природных ресурсов в Омской области, охраной и восстановлением природы, проводит акции и мероприятия по экологии. Таким образом, некоммерческие организации играют важную роль в решении экологических проблем на территории Омской области, проводя множество мероприятий и акций, направленных на охрану окружающей среды.

По итогам 2022 года Омск занял второе место среди шестнадцати городов-миллионеров по объему вредных выбросов в атмосферу, подсчитал NGS55.RU. Как следует из отчета о работе Росприроднадзора, опубликованного на официальном сайте ведомства, объем выбросов загрязняющих веществ составил почти 127 760 тонн. Больше только в Уфе – 132 280 тонн. У лидера рейтинга крупнейших городов-загрязнителей объем выбросов за последний год снизился на 3,2 % (2501 тонна), в Омске воздух стал чище на 2

% (2476 тонн). В тройку городов с самым грязным воздухом также вошел Челябинск – 110 354 тонны (-2,2 %).

В отчете уточняется, что почти 80 % от общего объема выбросов в Омске приходится на жидкие и газообразные загрязняющие вещества, 20 % – на твердые. В частности, в атмосферу попало почти 40,5 тонны диоксида серы, 30,3 тонны оксида азота и 8,2 тонны оксида углерода. Всё это токсичные газы, вызывающие в зависимости от концентрации кашель, удушье или даже отек легких. При этом Омск не входит в десятку российских городов-загрязнителей. Этот рейтинг возглавляет Норильск с 1,8 миллиона тонн выбросов в год. На него приходится 10,5 % выбросов по всей стране, тогда как доля Омска составляет 0,7 %. Отдельно Росприроднадзор считает выбросы от передвижных источников загрязнения. Так, в 2022 году в Омской области объем выбросов от железнодорожного транспорта составил 0,346 тыс. тонн, от автомобильного – 58,822 тыс. тонн (в Сибири выбросы меньше только на Алтае, в Тыве и Хакасии). Добавим, что для Омска в 2018 году утвердили комплексный план мероприятий по снижению выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух. В нем участвуют предприятия, на которые приходится наибольший объем загрязнителей. Это нефтезавод, ТГК-11, «Омсктехуглерод», «Омскшина», «Омский каучук» и др. К 2024 году совокупный объем выбросов в атмосферный воздух будет снижен на 54,9 тысячи тонн (25,37 % уровня 2017 года). Снижение совокупного объема выбросов опасных загрязняющих веществ к 2024 году составит 23,63 тысячи тонн (22,24 % уровня 2017 года), – говорится в плане [2].

По итогам анализа загрязнения воздуха можно составить своеобразный рейтинг районов города в зависимости от концентрации отравляющих веществ – таких как формальдегид, аммиак, оксид углерода (угарный газ) и другие. Получается следующая картина (по 14-балльной шкале): Октябрьский округ – 10 (высокий уровень загрязнения); Советский округ – 9 (высокий уровень загрязнения); Ленинский округ – 7 (высокий уровень загрязнения); Центральный округ – 5 (уровень загрязнения повышенный); Кировский округ – 3 (уровень загрязнения низкий).

Как видно из данного рейтинга, в центре города экологическая ситуация не так уж плоха. Но, хотя вредные выбросы заводских труб сюда не долетают, воздух не может похвастаться чистотой.

Плотность автотранспорта все увеличивается, а вместе с этим сокращается количество трамвайных маршрутов. Все больше людей пересаживается с общественного транспорта в собственные авто, все больше выхлопных газов попадают в атмосферу. Машины, стоящие в пробках, на светофорах, насыщают воздух целым букетом вредных веществ. Для решения этой проблемы городскими властями было принято решение о строительстве окружной автодороги, которая разгрузила бы центральные магистрали, а также об увеличении количества подземных пешеходных переходов [6].

По данным Росприроднадзора, больше всего выбросов совершают такие крупные предприятия как: АО «Омский Завод гражданской авиации»; ОАО «Омский аэропорт»; АО «Газпромнефть – Омский НПЗ» основная площадка; Омский филиал АО «САН Инбев»; ПАО «Омский каучук»; ООО «Омский завод технического углерода»; ООО «Омсктрансмаш»; АО Продовольственная корпорация «ОША».

Дорогами, вблизи которых воздух явно хуже, чем в других местах в ведомстве назвали: ул. Герцена; ул. Воровского; ул. Масленикова; ул. Богдана Хмельницкого; ул. Нефтезаводской; ул. пр. Королева. Воздух Омска в основном загрязнен диоксидом азота, бензапиреном, бензолом, дигидросульфидом, золой угольных месторождений, керосином, неорганической пылью, содержащей двуокись кремния [7].

В воде были замечены примеси металлов и органики. Обь-Иртышское УГМС опубликовало итоги мониторинга загрязнения воздуха и водоёмов в Омске за май. В целом по городу наблюдался повышенный уровень загрязнения. В трёх городских округах – Центральном, Советском и Ленинском наблюдалась повышенная концентрация пыли в воздухе. Высокое и экстремально высокое загрязнение зарегистрировано не было. За месяц было отобрано 60 проб воды. В отдельных случаях наблюдались случаи превышения ПДК магния, органических веществ, аммонийного азота, соединений железа, меди, ртути, марганца и летучих фенолов [8].

2 июня 2023 года на базе БУОО «Природный парк «Птичья гавань» состоялся Молодежный экологический форум, проходящий в целях популяризации экологического мировоззрения подрастающего поколения. Участниками Форума стали обучающиеся 11 образовательных учреждений города Омска и Омской области. В рамках

форума участники побывали на мастер-классах по обращению с твердыми коммунальными отходами, изготавливали поделки из вторичного сырья. Также в ходе мероприятия состоялся круглый стол «Ноль отходов», где участники обсудили проблемы твердых коммунальных отходов с участием заместителем Министра природных ресурсов и экологии Омской области Александром Викторовичем Сердюковым. Исполняющий обязанности заместителя руководителя Сибирского межрегионального управления Росприроднадзора Ольга Леонидовна Гаврильченко познакомила ребят с международной детско-юношеской премией «Экология – дело каждого», представила презентацию по номинациям и пригласила к участию. Об истории ООО «Омсквторсырье» познакомила ребят Зинаида Ильинична Щербина, а также рассказала им о дальнейшем взаимодействии.

5 июня в рамках форума в зале органной и камерной музыки Омской Филармонии проведено торжественное мероприятие, посвященное Всемирному дню охраны окружающей среды. Всемирный день окружающей среды – «народное событие», сопровождающееся такими красочными зрелищами, парады велосипедистов, «зеленые» концерты, конкурсы сочинений и плакатов в школах, посадка деревьев, кампании по регенерации отходов и уборке территории и другие мероприятия. В торжественном заседании приняли участие представители органов исполнительной власти, общественных организаций, представители предприятий-природопользователей, главы Администраций Омской области, а коллективы Омской филармонии выступили с творческими номерами. Также в рамках мероприятия состоялось награждение лиц, имеющих заслуги в области экологии [9].

По данным отчетов Обь-Иртышского УГМС, с начала 2021 г. по настоящий момент в водоемах в черте Омска и его окрестностях зафиксировано 52 случая высоких и экстремально высоких превышений предельной концентрации различных загрязняющих веществ. Специалисты находили марганец, растворенный кислород, ртуть, нефтепродукты и фенол. Больше всего таких превышений было в Оми, чуть меньше были загрязнены реки Иртыш и Тара. При этом, согласно отчету Минприроды Омской области, качество воды Иртыша специалисты характеризуют как «загрязненная», Оми – «грязная», а Тары – «очень загрязненная» [10].

Таким образом, для того, чтобы улучшить эффективность роли населения и некоммерческих организаций в решении экологических проблем в городе Омске, необходимо соблюдать следующие рекомендации, предложенные автором:

1. Популяризируйте экологические проблемы и вовлекайте общественность в их решение. Организуйте акции, мероприятия, кампании и прочие события, которые помогут привлечь людей к экологической проблематике.

2. Создавайте экологические проекты и программы с целью минимизации загрязнения окружающей среды. Например, проекты по переработке отходов, создание парков и скверов, озеленение городов и т. д.

3. Обучайте детей и молодежь экологическому мышлению и вовлекайте их в экологические проекты. Организуйте экологические лагеря, школы, конференции и другие мероприятия.

4. Поддерживайте работы экологических организаций и участвуйте в их проектах и программах. Многие организации осуществляют работу по оздоровлению природной среды, их усилия и поддержка важны для достижения общей цели.

5. Используйте экологически чистые и энергосберегающие технологии в быту, на работе и в других сферах жизни. Например, старайтесь использовать общественный транспорт, устанавливать светодиодное освещение и т. д.

6. Следите за своим отношением к природной среде и старайтесь минимизировать свой негативный вклад в окружающую среду. Разделяйте отходы, экономьте ресурсы, не загрязняйте водоемы и т. д.

При всей остроте проблемы она в Омске изучена недостаточно. Предприятия Российской Федерации ежегодно в окружающую среду выбрасывают более 20 тыс. тонн различных загрязнителей. Экологическая ситуация в Омске характеризуется многокомпонентным химическим загрязнением атмосферного воздуха, основными источниками которого являются автомобильный транспорт, предприятия теплоэнергетики и топливной промышленности. Наблюдаемый в настоящее время в Омской области экономический подъем, размещение новых производственных мощностей, а также развитие транспортной инфраструктуры может усугубить и без того сложную экологическую ситуацию на территории Омской области. Таким образом, население и некоммерческие организации играют

важную роль в решении экологических проблем территории, в данном случае Омской области. Большинство экологических проблем существуют из-за недостатка информации и слабого контроля за действиями населения и промышленных предприятий. С помощью информирования населения и проведения работ по экологическому просвещению можно значительно повысить уровень экологической культуры.

Некоммерческие организации также играют важную роль в решении экологических проблем. Они не только проводят экологические мероприятия, но и занимаются мониторингом экологической обстановки на территории. За счет этого они позволяют узнать о нарушениях экологических стандартов и привлечь виновников к ответственности. В целом, население и некоммерческие организации могут сделать значительный вклад в борьбу за чистую и здоровую окружающую среду. Результаты их деятельности уже заметны на территории Омской области и могут стать примером для других регионов.

Все вышеперечисленные проблемы в сфере экологии Омской области можно отнести к слабоструктурированному типу проблем, так как в организациях города Омска прописаны действия, которые должны выполняться, однако нет четких и конкретных целей и показателей их достижения на будущее. По мнению автора, для решения проблем с канализацией рекомендуется провести отдельные мероприятия.

В заключение хотим отметить, что экологические проблемы слабо структурируемы пока еще в Омском регионе. Среди основных экологических проблем Омской области, связанных с загрязнением окружающей среды, можно выделить следующие:

1. Загрязнение водных ресурсов. Водоемы Омской области (реки Иртыш и Оми) часто становятся объектами выбросов промышленных отходов, бытовых стоков и химических веществ, что приводит к серьезным последствиям для местной флоры и фауны.

2. Выбросы промышленных предприятий. В Омской области действует множество крупных промышленных предприятий, которые оставляют свой след в виде выбросов в атмосферу, загрязнения почвы и стоков в водные объекты.

3. Недостаточный уровень переработки и утилизации отходов. Несмотря на то, что на территории Омской области действуют не-

сколько заводов по переработке отходов, недостаточное количество людей сортирует свой мусор и слишком много отходов всё еще отправляется на свалки, что приводит к загрязнению окружающей среды.

При всей остроте проблемы она в Омске изучена недостаточно. Предприятия Российской Федерации ежегодно в окружающую среду выбрасывают более 20 тыс. тонн различных загрязнителей. Экологическая ситуация в Омске характеризуется многокомпонентным химическим загрязнением атмосферного воздуха, основными источниками которого являются автомобильный транспорт, предприятия теплоэнергетики и топливной промышленности. Наблюдаемый в настоящее время в Омской области экономический подъем, размещение новых производственных мощностей, а также развитие транспортной инфраструктуры может усугубить и без того сложную экологическую ситуацию на территории Омской области.

Таким образом, население и некоммерческие организации играют важную роль в решении экологических проблем территории, в данном случае Омской области.

Некоммерческие организации не только проводят экологические мероприятия, но и занимаются мониторингом экологической обстановки на территории, за счет этого они позволяют узнать о нарушениях экологических стандартов и привлечь виновников к ответственности. Большинство экологических проблем существуют из-за недостатка информации и слабого контроля за действиями населения и промышленных предприятий. С помощью информирования населения и проведения работ по экологическому просвещению можно значительно повысить уровень экологической культуры.

Экологические мероприятия, проведенные некоммерческими организациями в городе Омск и области:

1. Акция «Чистый берег», проводимая Омским региональным отделением ВФСО «Доброволец» совместно с другими организациями, приуроченная к Международному дню Дуная, в рамках которой проводится уборка берегов рек и озер.

2. Проект «Школа зеленых технологий» от фонда «Экопространство» совместно с Омским региональным центром народного творчества, экологическими организациями и трудовыми коллективами, направленный на повышение экологической культуры в школах.

3. Мероприятия «Дикая природа Омской области» – серия экскурсий проводимых Омским областным организмом «Зеленый мир» по национальным паркам и заповедникам Омской области.

4. Проект «Биогаз на село» от Омского центра экологии и консалтинга совместно с Фондом социально-экономических исследований и проектов, приуроченный к снижению выбросов парниковых газов в сельском хозяйстве и созданию цикла переработки органического материала.

5. Акция «Добрая городская среда» проводимая Некоммерческим партнерством «Зеленый мир» и компанией «Комэкоцентр-защита окружающей среды», направленная на уборку территорий общественного пользования и наращивание экологической культуры населения.

В целом население и некоммерческие организации могут сделать значительный вклад в борьбу за чистую и здоровую окружающую среду. Результаты их деятельности уже заметны на территории Омской области и могут стать примером для других регионов.

Роль населения и некоммерческих организаций в решении этих проблем состоит в осознании каждым жителем своей ответственности за окружающую среду, участии в мероприятиях по очистке территории, утилизации и переработке отходов, а также оказании поддержки некоммерческим организациям, занимающимся охраной природы в регионе. Некоммерческие организации играют важную роль в пропаганде экологических проблем, организации мероприятий по их решению и вовлечении населения в активную деятельность в этой области. Например, организация выпускает печатные материалы и информационные брошюры по проблемам экологии, проводит экологические акции, семинары и конференции. Кроме того, население может оказывать поддержку некоммерческим организациям, например, путем взносов и пожертвований на их деятельность. Также важно обращаться к своим представителям во власти с требованиями об уменьшении загрязнения окружающей среды и более эффективных мерах по её охране.

### **Библиографический список**

1. Проблемы экологии в Омской области [Электронный ресурс]. – URL: <http://ecology-of.ru/ekologiya-regionov/problemy-ekologii-omskoj-oblasti/> (дата обращения: 14.06.2023).

2. Фомина М. Омск стал миллионником с самым грязным воздухом после Уфы [Электронный ресурс] // NGS55.ru. – URL: <https://ngs55.ru/text/ecology/2023/04/07/72199523/> (дата обращения: 15.06.2023).
3. В Общественной палате Омской области состоялось заседание за круглым столом «Об экологической ситуации в Омской области» [Электронный ресурс] // Общественная палата Омской области. – URL: [http://опоо.ru/news/v\\_obchshestvennoy\\_palate\\_omskoy\\_oblasti\\_sostoyalos-25/](http://опоо.ru/news/v_obchshestvennoy_palate_omskoy_oblasti_sostoyalos-25/) (дата обращения: 15.06.2023).
4. Блогер Орис Брут: «Привести все источники выбросов к соответствию с законом» [Электронный ресурс] // БК55. – URL: <https://bk55.ru/news/article/217905/> (дата обращения: 15.06.2023).
5. Экологические проблемы Омской области и города Омска обсудили на круглом столе [Электронный ресурс] // БезФормата. – URL: <https://omsk.bezformata.com/listnews/omskoy-oblasti-i-goroda-omska/98813616/> (дата обращения: 15.06.2023).
6. Экологические итоги года. Изменился ли Омск в 2022 году и в какую сторону? [Электронный ресурс]. – URL: <https://бильярдсервис.рф/voprosy-i-problemy/omsk-ekologiya.html> (дата обращения: 15.06.2023).
7. Веселовская А. Названы предприятия, которые больше всего загрязняют воздух в Омске [Электронный ресурс] // Комсомольская правда. Омск. – URL: <https://www.omsk.kp.ru/daily/28298/4437776/> (дата обращения: 15.06.2023).
8. В мае в трех округах Омска зафиксировали превышение ПДК пыли [Электронный ресурс] // БК55. – URL: <https://bk55.ru/news/article/219075/> (дата обращения: 15.06.2023).
9. В Омске прошел Молодежный экологический форум [Электронный ресурс]. – URL: <https://m.ok.ru/group55690809180177/topic/156074217719057> (дата обращения: 15.06.2023).
10. Иртыш под контролем: Росприроднадзор будет искать загрязнителей реки [Электронный ресурс] // Город55. – URL: <https://gorod55.ru/news/2023-04-18/irtysh-pod-kontrolem-rosprirodnadzor-budet-iskat-zagryazniteley-reki-2905895> (дата обращения: 15.06.2023).

## Экономическая оценка планов

**Е. А. Шерер**

Омская гуманитарная академия

*Научный руководитель — канд. экон. наук, доцент Н. Е. Алексеев*

Экономическая оценка планов – это важная тема в современном бизнесе и управлении. В условиях постоянно меняющейся экономической среды оценка планов является ключевым аспектом для принятия обоснованных решений. Как бизнес-лидеры, так и государственные чиновники сталкиваются с необходимостью оценки планов, чтобы определить их эффективность и устойчивость к внешним воздействиям.

Тема экономической оценки планов также актуальна для обсуждения в контексте современных вызовов, таких как изменения климата, геополитические сдвиги, быстрое развитие технологий и глобальные экономические кризисы.

Статья на данную тему сможет предложить читателям полезные советы и методы для проведения экономической оценки планов, а также рассмотреть примеры лучших практик в этой области. Такая статья будет актуальной как для профессионалов в области бизнеса и управления, так и для широкой аудитории, заинтересованной в практических аспектах управления и планирования.

Экономическая оценка планов играет важную роль в процессе принятия решений, как в бизнесе, так и в государственной политике. Она позволяет оценить затраты, выгоды и риски, связанные с реализацией различных планов и проектов, и принять обоснованные решения. В статье мы рассмотрим важность экономической оценки планов, методы ее проведения и ключевые аспекты, которые необходимо учитывать при принятии решений на основе такой оценки.

Экономическая оценка планов является важным этапом в разработке любого бизнес-проекта или предпринимательской инициативы. Эта оценка позволяет определить финансовую эффективность и перспективы будущих инвестиций, а также помогает принимать обоснованные решения относительно различных планов и стратегий.

Одним из ключевых аспектов экономической оценки планов является разработка финансовой модели, основанной на расчетах доходов и расходов. Для этого необходимо проанализировать операци-

онные издержки, прогнозируемые доходы, структуру сметы расходов, а также риски и возможности, связанные с реализацией плана.

Для проведения экономической оценки планов применяются различные методы финансового анализа, такие как метод дисконтирования денежных потоков, инвестиционный анализ, анализ рентабельности инвестиций и другие. Такие методы позволяют оценить эффективность инвестиций, определить срок окупаемости проекта, а также оценить финансовую устойчивость плана.

Важным аспектом экономической оценки планов является также технико-экономическое обоснование, которое включает в себя оценку затрат на реализацию проекта, оценку экономических выгод от его реализации, а также анализ различных вариантов планов и их сравнительную эффективность.

Таким образом, экономическая оценка планов играет важную роль в разработке и реализации бизнес-проектов, позволяя предпринимателям и менеджерам принимать обоснованные решения относительно финансовых стратегий и инвестиций.

В заключение можно сказать, что экономическая оценка планов – важный инструмент для принятия обоснованных решений. Она позволяет учитывать риски, затраты и выгоды, связанные с реализацией различных проектов, и помогает выбрать наиболее эффективные варианты. Оценка планов также способствует оптимизации ресурсов и повышению эффективности деятельности как на уровне предприятия, так и на уровне государственной политики. Проведение качественной экономической оценки планов требует комплексного анализа, учета всех факторов и использования соответствующих методов. Важно учитывать, что точность оценки зависит от качества данных и анализа, поэтому важно использовать достоверную информацию и профессиональные подходы при проведении такой оценки.

### **Библиографический список**

1. Крылов Э. И. основные принципы оценки эффективности инвестиционного проекта / Э. И. Крылов, В. М. Власова, В. В. Чеснокова ; М-во образования Рос. Федерации. С.-Петерб. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения (ГУАП). – Санкт-Петербург, 2003. – 27 с.
2. Сироткин С. А. Экономическая оценка инвестиционных проектов : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям экономики и управления / С. А. Сироткин, Н. Р. Кельчевская. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ЮНИТИ, 2009. – 287 с.

# **Деловой климат Омска как фактор конкурентного преимущества Омского нефтеперерабатывающего завода**

***Т. В. Шестозубова***

Омская гуманитарная академия  
*Научный руководитель — канд. экон. наук,  
канд. ист. наук, доцент Н. А. Левочкина*

ОНПЗ «Газпромнефть» является одним из самых наукоёмких и технологичных нефтеперерабатывающих заводов Российской Федерации и одним из крупнейших в мире. Годовой объем переработки нефти составляет более 21 млн тонн, по основным характеристикам и технологическим параметрам превосходит большинство предприятий НПЗ мира, являясь градообразующим для омской территории. На строительстве (модернизации) работают около 10 000, а в основной деятельности – 3700 человек, производя каждый шестой литр российского бензина и дизельного топлива пятого экологического класса» [7]. ОНПЗ в 2022 г. по сравнению с 2021 годом: объем переработки – более 21 млн тонн нефти в год; глубина переработки – до 100 %; выход светлых нефтепродуктов – более 80 %; ассортимент продукции – более 50 наименований; производство топлива «Евро-5» – 100 % и др. [7].

Деловой климат (по трактовке А. В. Макарова, опубликованной в «Большой российской энциклопедии» терминов) – это совокупность условий (институциональных, экономических, социальных, политических), определяющих привлекательность страны, региона для начала и развития предпринимательской деятельности, в том числе с точки зрения барьеров входа, гарантий прав собственности, издержек государственного регулирования [4]. Экономические исследования показывают, что всё большую роль в социально-экономическом развитии играют не только классические факторы производства (труд, капитал), но и сложившиеся институты, т. е. формальные и неформальные правила, которые регулируют общественные отношения [4].

Деловой климат определяет лёгкость ведения бизнеса, привлекательность рынка для существующих и новых инвесторов. Из многих точек зрения нами выбрана классификация факторов анализа делово-

го климата А. Макарова, которая является наиболее полной, базовой, в сравнении с другими. По этой классификации могут быть выделены следующие ключевые составляющие благоприятного делового климата: инклюзивность институтов; стабильность существующих экономических и политических институтов, эффективность контрольно-надзорной деятельности, высокий уровень конкуренции на рынке; качество корпоративного управления; лёгкость старта бизнеса; удобство налогового администрирования; человеческий капитал (уровень образования, навыков работников); доступ кредитования; создание особых территорий с более мягким административным режимом регулирования; эффективность работы специальных государственных организаций, созданных для поддержки бизнеса [4].

В свою очередь, благоприятный климат в коллективе с точки зрения морально-психологических параметров можно определить по следующим признакам:

- высокий уровень взаимной поддержки и взаимопомощи;
- объем работы между участниками коллектива распределен равномерно, согласно должностным инструкциям и нормам выполнения работ;
- коллектив сформирован из профессионалов, обладающих не только требуемым уровнем образования, но и высоким уровнем трудовых навыков;
- присутствует чувство единого целого, сплочённой команды;
- возникающие конфликтные ситуации разрешаются оперативно, объективно и своевременно;
- критика и самокритика в коллективе доброжелательна и конструктивна;
- доверие и требовательность коллег друг к другу высокие;
- выражение сотрудниками личной точки зрения или мнения по коллективным вопросам является свободным, объективным и несвязанным с общепринятым мнением или мнением руководства;
- преобладающим в коллективе является деловой и творческий настрой;
- присутствует необходимый и достаточный уровень информирования работников предприятия о широком круге фактов внутренней жизнедеятельности коллектива.

Авторская экспертная оценка делового климата для ОНПЗ будет представлена ниже в таблице 1. Каждая характеристика оценена

по 10 бальной шкале, где 1 –самое отрицательное значение, 10 – наиболее благоприятное значение. Результатом анализа стало число в диапазоне от 1 до 10, отражающее общий уровень благоприятности делового климата для ОНПЗ. Так как территориально ОНПЗ находится в г. Омске, таблица отражает общий деловой климат для компаний в этом регионе, однако для рассматриваемого предприятия данные наиболее актуальны, потому что учтена специфика компании, её длительная история на рынке и устоявшаяся репутация.

Таблица 1 – Анализ делового климата ОНПЗ  
(в баллах по шкале от 1 до 10)

Характеристика	Балльная оценка
1. Инклюзивность институтов	4
2. Стабильность существующих экономических и политических институтов (с точки зрения отсутствия рисков ужесточения государственного регулирования)	7
3. Эффективность контрольно-надзорной деятельности, отсутствие неоправданного государственного вмешательства, низкая коррупция, умеренность и обоснованность обязательных требований	5
4. Высокий уровень конкуренции на рынке, отсутствие монополизации и недобросовестной конкуренции	8
5. Качество корпоративного управления, в том числе эффективность законодательного регулирования в этой сфере	7
6. Лёгкость старта бизнеса (скорость и простота регистрации фирм, скорость подключения к электросетям и другой инфраструктуре, качество такой инфраструктуры)	6
7. Удобство налогового администрирования, низкие ставки налогов, правовая определённость при их расчёте, лёгкость оплаты. Также важны низкие тарифы, низкие цены на продукцию естественных монополий	5
8. Лёгкость прохождения таможенных процедур, в том числе при закупке импортного сырья, материалов, при экспортных поставках	5
9. Человеческий капитал (уровень образования, навыков работников)	7
10. Доступ к кредитованию	8
11. Создание особых территорий с более мягким административным режимом регулирования, с преференциями, субсидиями, иными формами поддержки для развития предпринимательства	4
12. Эффективность работы специальных государственных организаций, созданных для поддержки бизнеса, для совершенствования делового климата	6

Исходя из данных таблицы, можно рассчитать общее значение для делового климата региона, в котором осуществляет деятельность предприятие. Для этого необходимо произвести расчеты, а именно – найти среднее арифметическое всех 12 оценённых баллами характеристик. Далее результаты необходимо сравнить с максимальным и минимальным значением, и, после краткого обзора на каждый из аспектов делового климата региона, подвести общие итоги. Сумма всех баллов 72, делим полученное на 12 (количество характеристик). Результатом оценки становится число 6. Наименьшая оценка для данной методики – 1, для этого каждый пункт должен был быть оценён на 1 балл из 10. Максимальное значение, возможное при данной авторской оценке делового климата – 10, учитывая расчеты видно, что значение, полученное в результате анализа, выше среднего и может быть оценено как достаточно благоприятное.

В городе Омске достаточно возможностей для полноценного участия людей в экономике, независимо от наличия у них инвалидности, в частности – с приходом COVID-19 многие компании перешли в удалённый режим работы и оставили полную или частичную занятость на дому уже после окончания пандемии. Однако работа на ОНПЗ является, прежде всего, физической и несёт определённые риски для здоровья, поэтому многие вакансии недоступны соискателям с ограниченными возможностями. Это обусловлено защитой последних от вредных условий труда, которые могли бы усугубить здоровье. Даже для полностью здоровых сотрудников постоянно проводятся меры по минимизации потенциально вредных условий труда, своевременно выдаются и заменяются СИЗы и выплачиваются надбавки «за вредность».

Нельзя отрицать, что предприятию нужны не только для тяжёлого физического труда, но и для интеллектуального, а именно: сотрудники в отдел кадров, бухгалтерию, управленческие подразделения и т.д., а это условие не исключает возможное трудоустройство инвалидов на ОНПЗ, в том числе на дистанционную офисную работу. Также завод оснащён всеми необходимыми для «доступной среды» аспектами и не препятствует свободе перемещения лиц с проблемами опорно-двигательного характера. Таким образом, уже сейчас компания доказывает, что инклюзивная среда и возможности для трудоустройства и профессионального развития существуют независимо от отрасли. Люди с инвалидностью являются важными

членами не только общества, но и профессиональной среды, их таланты и навыки могут быть применены и оценены по достоинству.

Город в лице мэрии, администрации и других властвующих субъектов скорее предрасположен к сотрудничеству, помощи и поддержке предпринимателей, а не контролю или угнетению их свобод и прав. Это предоставляет для ОНПЗ плодотворную почву для роста, стимулирует помогать развитию города и участию в социальной жизни, экологических и благотворительных акциях, поддержка молодежи и уязвимым группа населения (многодетным семьям, сиротам, пенсионерам. ОНПЗ чувствует в озеленении города. В статье «При поддержке “Газпром нефти” в Омске появятся новые зеленые пространства» от 4 сентября 2023 года сообщается, что «В течение осени 2023 г. на территории спортивных, социальных и культурных объектов города будет высажено более 850 деревьев. Проект реализуется в рамках программы социальных инвестиций “Родные города”» [9].

Тарифы г. Омска и Омской области, как и в любых других субъектах страны, постепенно растут. В предыдущие годы рост платы на коммунальные услуги традиционно происходил с 1 июля. В этом году правительство РФ перенесло сроки индексации с 1 июля 2023 года на 1 декабря 2022 года. Решение обусловлено «необходимостью обеспечения бесперебойной работы ЖКХ»[11]. Тем же постановлением регламентируется, что тарифы должны быть установлены сразу на полтора года. То есть до 1 июля 2024 года стоимость коммунальных услуг меняться не должна. Темпы роста, по данным Региональной энергетической комиссии (РЭК), не превышают установленный федеральным правительством предельный уровень индексации в 9% [11]. Экономически обоснованные тарифы предприятий значительно выше утверждённых сумм. Чтобы снизить плату для омичей, РЭК утвердила льготные тарифы на коммунальные услуги. Для «Газпром межрегионгаз Омск», поставляющего на рынок природный газ, утверждено несколько тарифов. Абоненты, использующие газ только для приготовления пищи или для нагрева воды, платят 10,21 рубля за кубометр голубого топлива. Если газ используется и для приготовления еды, и для нагрева воды одновременно, то стоимость кубометра составит 7,89 рубля. Там, где газ идёт на отопление, его стоимость составит 6,32 рубля [11].

Льготные тарифы позволяют жителям значительно меньше платить за коммунальные услуги, поскольку нагрузку выше пре-

дельных ограничений берет на себя региональный бюджет, – пояснили в РЭК [11]. Из этого следует, что Газпром как компания, не теряет прибыль, даже не смотря на льготы, предоставленные населению, пополняя недостающие денежные средства за счёт регионального бюджета, однако ограничения не дают компании наращивать цены, что противоречит основной цели компании – максимизации прибыли. Таким образом, создаётся некая гарантия соблюдения антимонопольного законодательства и комфортной жизни для граждан города и региона.

Человеческий капитал региона формируется за счет инвестиций в повышение уровня и качества жизни населения, в интеллектуальную деятельность. В том числе - в воспитание, образование, здоровье, знания (науку), предпринимательскую способность и климат, в информационное обеспечение труда, и другие составляющие [13]. На 1 сентября 2023 года в Омске численность населения (постоянных жителей) составляет 1 154 507 человек, из них примерно 650 000 человек трудоспособные люди (от 18 до 65 лет) [10]. В табл. 2 указано, как много из них получило профессиональное образование высшего и среднего уровня.

Таблица 2 – Уровень образования в Омской области на 2023 год

Уровень образования	Численность, чел.	Численность, %
Высшее	248 219	21.5 %
Неполное высшее	24 245	2.1 %
Среднее профессиональное	426 013	36.9 %

Из данных таблицы 2 видно, что более 60,5 % трудоспособного населения имеют ту или иную форму образования и достаточную квалификацию для успешного трудоустройства. Это указывает, на то, что Омская область с точки зрения образования работников имеет хорошие показатели и готова увеличивать их, внедряя программы помощи и поддержки абитуриентов и учащихся. 2 октября 2023 года «Газпром нефть» и омские колледжи подписали соглашение о подготовке кадров для нефтепереработки. В «Лигу колледжей» компании «Газпром нефть» вошли два омских образовательных учреждения – Омский промышленно-экономический колледж и Сибирский казачий институт технологий и управления, который готовит специалистов среднего профессионального обра-

зования для промышленных предприятий. Вступление в «Лигу колледжей» позволит учебным заведениям повысить качество подготовки в регионе высококвалифицированных кадров благодаря применению современных методик обучения и возможности прохождения производственной практики на действующих объектах Омского НПЗ [14].

ОМПЗ активно пользуется кредитованием на особых условиях, получая целевые средства на улучшение экологической обстановки в регионе. Газпромбанк предоставил «Газпром нефти» финансирование в объеме 15 млрд рублей в рамках проекта экологической модернизации Омского нефтеперерабатывающего завода. Речь, в частности, о строительстве очистных сооружений «Биосфера». Инициатива входит в план мероприятий федерального проекта «Чистый воздух». Многоступенчатая система очистки комплекса позволит повысить эффективность очистки воды до 99,9%, в два раза снизить водопотребление и сократить нагрузку на городские очистные сооружения. В числе других проектов – возведение комплекса первичной переработки нефти, который позволит вывести из эксплуатации сразу шесть установок прошлого экологического поколения [6]. «К 2025 году, после завершения проектов «Чистого воздуха», воздействие Омского НПЗ на окружающую среду сократится на 25 %», – заявляют в Газпромбанке [6]. Таким образом, можно заключить, что условия кредитования и практическая возможность использования заёмных средств для успешного осуществления устойчивого развития организации для ОМПЗ – перспективное направление, которое позволяет производить модернизацию, уменьшать негативное воздействие от деятельности компании на экологию, своевременно заменять оборудование и наращивать темпы переработки сырья.

Наличие заповедных территорий в г. Омске, скорее, накладывает ограничения на компанию, чем способствует развитию её конкурентных преимуществ, т. к. деятельность нефтеперерабатывающей промышленности априори считается очень вредной для экологии. Что же касается особых территорий с более мягким административным режимом регулирования, с преференциями, субсидиями и иными формами поддержки для развития предпринимательства, то город не предоставляет для вышеуказанной отрасли льгот. Сотрудничество администрирующих субъектов и Газпрома

существует лишь в вопросах окружающей среды, и скорее компания заинтересована в улучшении своего имиджа, чем ждёт неких мер поддержки от городских властей. Это можно назвать односторонним сотрудничеством, где оба участника пусть и получают свою выгоду, но не стремятся получить обратную связь от оппонента.

Минэкономразвития России совместно с профильными министерствами и предпринимательским сообществом продолжает реализацию механизма «Трансформация делового климата» (ТДК), куратором которого является первый вице-премьер Андрей Белоусов [16].

Подводя итоги вышесказанному, можно заключить, что Омская область и г. Омск в частности представляет собой плодородную почву для предпринимательства и имеет достаточные перспективы для дальнейшего улучшения делового климата в будущем. Нефтеперерабатывающая отрасль всё ещё развивается в данном субъекте Российской Федерации.

### **Библиографический список**

1. Левцова Т. И. Сравнительная характеристика рейтингов делового климата // Инновационная наука. – 2016. – № 6-1. – С. 144–147.
2. Голобородко Е. И. Предпринимательский климат в крупных городах России // Эксперт. – № 12. – С. 45.
3. Демидова Е. А. Особенности формирования благоприятного климата в коллективе // Эпоха науки. – 2021. – № 27. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-blagopriyatnogo-klimata-v-kollektive>.
4. Макаров А. В. Деловой климат [Электронный ресурс] // Большая российская энциклопедия: научно-образовательный портал. – URL: <https://bigenc.ru/c/delovoi-klimat-83fofd>.
5. Карапетян Г. PEST-анализ внешней среды: факторы, примеры, связь со SWOT [Электронный ресурс] // Официальный сайт. Блог о стратегическом развитии бизнеса. – URL: <https://gaikarapetyan.ru/pest-analiz-vneshnej-sredy>.
6. Зеленое финансирование для модернизации Омского НПЗ [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Газпромбанк». – URL: <https://www.gazprombank.ru/press/6646803/?ysclid=lnb9l4ogv4830805270>.
7. О компании Газпром [Электронный ресурс] // Официальный сайт Газпром. – URL: <https://www.gazprom.ru/about>.
8. Стрих Н. И., Гардт А. А. Деловой климат промышленных систем: системный подход к оценке // Современная экономика: проблемы и решения. – 2020. – № 5 (125). – С. 174–186. – URL: <https://journals.vsu.ru/meps/article/download/6958/7001>.
9. При поддержке «Газпром нефти» в Омске появятся новые зеленые пространства [Электронный ресурс] // Газпром нефть / Официальный сайт. –

URL: <https://onpz.gazprom-neft.ru/press-center/news/pri-podderzhke-gazprom-nefti-v-omske-poyavyatsya-novye-zelenye-prostranstva>.

10. Статистика по населению Омской области. Уровень образования [Электронный ресурс]. – URL: <https://bdex.ru/naselenie/omskaya-oblast/omsk>.

11. Кудрявцева Е. Сколько омичи будут платить за квартиру в 2023 году [Электронный ресурс] // Вечерний Омск. – URL: <https://omskgazeta.ru/all-news/skolko-omichi-budut-platit-za-kvartiru-v-2023-godu/?ysclid=lnb5rxa2nk159644254>.

12. Розничные цены на природный газ [Электронный ресурс] // Газпром межрегионгаз Омск. – URL: [https://www.omskregiongaz.ru/subscribers/prices\\_and\\_norms.htm](https://www.omskregiongaz.ru/subscribers/prices_and_norms.htm).

13. Затеякин О. А. Человеческий капитал: понятие и его составляющие [Электронный ресурс] // Кузбасский государственный технический университет. – URL: <https://studfile.net/preview/3610401/page:9>.

14. «Газпром нефть» и омские колледжи подписали соглашение о подготовке кадров для нефтепереработки [Электронный ресурс] // Официальный новостной сайт «Газпром нефть» ОНПЗ. – URL: <https://onpz.gazprom-neft.ru/press-center/news/gazprom-neft-i-omskie-kolledzhi-podpisali-soglashenie-o-podgotovke-kadrov-dlya-neftepererabotki?ysclid=lnb6ylwmyum78968719>.

15. Трансформация делового климата [Электронный ресурс] // Министерство экономического развития Российской Федерации/ официальный сайт. – URL: [https://www.economy.gov.ru/material/directions/investicionnaya\\_deyatelnost/investklimat/tdk/?ysclid=lnbapgnhzi160477052](https://www.economy.gov.ru/material/directions/investicionnaya_deyatelnost/investklimat/tdk/?ysclid=lnbapgnhzi160477052).

16. Сокращены административные барьеры благодаря механизму «Трансформация делового климата» [Электронный ресурс] // Министерство экономического развития Российской Федерации/ официальный сайт. – URL: [https://www.economy.gov.ru/material/news/sokrashcheny\\_administrativnye\\_baryery\\_blagodarya\\_mehanizmu\\_transformaciya\\_delovogo\\_klimata.html](https://www.economy.gov.ru/material/news/sokrashcheny_administrativnye_baryery_blagodarya_mehanizmu_transformaciya_delovogo_klimata.html).

# Бизнес-план куриной фермы

**А. В. Шиковская**

Омская гуманитарная академия

*Научный руководитель — канд. экон. наук, доцент А. И. Ридченко*

Бизнес-план куриной фермы в первую очередь ориентирован на российский потребительский рынок, где созданы идеальные условия для работы отечественных сельхозпроизводителей. Они защищены от конкуренции с импортом. Кроме этого, куриные яйца и мясо являются третьими по значимости продуктами после хлеба и молока. А половина всей продукции куриной фермы востребована перерабатывающими предприятиями: пекарни и пищевые комбинаты.

Конкурентная среда регионального рынка сбыта – средняя: треть рынка занимают крупные птицеводческие комплексы и агрофирмы, чуть меньшая доля приходится на небольшие частные фермы с домашней птицей.

Технологическая часть проекта будет описывать полный цикл производства и содержания куриной фермы. В продажу пойдут: мясо кур, яйца, цыплята и куриный помет в качестве удобрений.

Применение энергосберегающих технологий позволит через 3-5 лет выйти на норму рентабельности 50 % при низком уровне издержек.

Срок окупаемости – 8 месяцев;

Первоначальные вложения – 2 900 000 рублей;

Точка безубыточности – на 3 месяца;

Средняя чистая ежемесячная прибыль – 420 000 рублей.

По проекту бизнес-плана куриная ферма будет выпускать 4 типа продукции:

1. Яйца первой и высшей категории: весом от 65 гр. Поставка будет осуществляться в розничные сети и на пищевые предприятия.

2. Мясо будет поставляться на перерабатывающие предприятия и пищевые комбинаты. Средний вес птицы – 3-5 кг.

3. Цыплята возрастом до 10 недель. Продукция предназначена для небольших ферм и частных хозяйств.

4. Куриный помет в пакетах и мешках весом по 1 кг, 5 кг, 10 кг – экологичное удобрение для растениеводческих хозяйств, фермеров, частных подворий.

Российский рынок куриного яйца закрыт для зарубежных импортеров, поэтому основная конкуренция навязывается крупными производителями.

Причем 40 % рынка – доля ретейла, а 60 % – коммерческий и производственный сектор: пекарни, кондитерские и другие пищевые производства.

Крупные агрохолдинги и предприятия занимают более трети рынка. У них развитая промышленная база, отлаженная система логистики и пункты сбыта. С ними можно конкурировать, если находить неосвоенные ниши и фокусировать усилия на работе с определенным сегментом потребителей и налаживании партнерских отношений.

Если среднегодовая норма потребления яиц – 250-300 штук на человека, то в городе с населением 600-700 тыс. человек валовый объем яиц составит – 196 млн штук. Без учета промышленных перерабатывающих предприятий.

Каждый месяц на рынке потребляется 16 млн куриных яиц. Если принять в расчет, что основными потребителями фермы будут жители определенного городского района в 20-30 тыс. человек населения, то ожидаемый валовый объем составит 800 тыс. яиц в месяц. Без учета продаж коммерческому сектору.

Продажа продукции куриной фермы будет осуществляться следующим сегментам потребителей:

Частные лица и предприятия розничной торговли, включая сетевые магазины. На долю сегмента будет приходиться 20-30 % продаж. Также через розничные и оптовые магазины для садоводов и дачников будет реализовываться 10-15 % удобрений, производимых на ферме.

На корпоративный сектор будет приходиться 80 % продаж. Яйца будут поставляться предприятиям общепита, кондитерским и пекарням, ресторанам, пиццериям и кафе. 90 % мяса в живом весе будет поставляться на предприятия, которые занимаются промышленной переработкой для изготовления колбасы, паштетов, консервов.

Общественный сектор – государственные и муниципальные организации: лечебные и профилактические учреждения, санатории, детские лагеря, больницы и интернаты, воинские части, учреждения ФСИН. Поставка продукции будет производиться через тендеры.

Приоритетные методы продвижения продукции: система оптовых скидок; работа по индивидуальным заказам; предоставление доставки товара клиенту.

Наиболее эффективные рекламные методы и инструменты: реклама в СМИ; реклама в печатных буклетах; реклама в социальных сетях; участие фермы в выставках-ярмарках сельхозпродукции; оказание помощи многодетным и малоимущим семьям, пенсионерам.

Организационной схемой реализации проекта бизнес-плана куриной фермы численностью куриного стада до 1500-2000 тушек определены следующие необходимые мероприятия для запуска и эксплуатации предприятия.

Куриную ферму можно оформить как ИП со ставкой налогообложения 6 % год и упрощенной системой ведения налоговой и финансовой отчетности. Срок оформления – 3 рабочих дня после подачи заявления в отделение ФНС.

Или зарегистрировать ферму как фермерское хозяйство. Эта форма предусматривает ставку 6%, использование УСН, но отличается рядом других преимуществ: возможность получения гранта по региональным программам поддержки до 300 тысяч рублей; единовременную и безвозмездную помощь для тех, кто подал заявку на участие в Федеральной программе развития предпринимательства на селе на сумму 1,5 млн рублей; льготную субсидируемую ставку кредита для развития бизнеса не превышающая 12 % годовых.

Кроме регистрации следует оформить пакет разрешительных документов: постановление местной администрации, разрешающее строительство и эксплуатацию куриной фермы. Этот документ имеет вид отдельного распоряжения на официальном бланке главы администрации города, района или сельского муниципального образования; разрешительные документы от подразделений Санэпиднадзора на эксплуатацию помещений и оборудования для содержания домашней птицы; договор на обработку и утилизацию отходов, и разрешение на захоронение, одобренное подразделением Санэпиднадзора; аттестат на соответствие рабочих мест требованиям СанПиН оформляется в трудовой инспекции по месту нахождения фермы; сертификат соответствия на продукцию фермы и получение индивидуального штрих-кода для конкретного предприятия. Документы выдаются в региональных подразделениях Роспотребнадзо-

ра; заключение договоров с водоснабжающими, коммунальными предприятиями и компаниями — поставщиками электроэнергии; сертификат соответствия на продукцию фермы и получение индивидуального штрих-кода для конкретного предприятия. Документы выдаются в региональных подразделениях Роспотребнадзора; заключение договоров с водоснабжающими, коммунальными предприятиями и компаниями — поставщиками электроэнергии; сертификат соответствия на продукцию фермы и получение индивидуального штрих-кода для конкретного предприятия. Документы выдаются в региональных подразделениях Роспотребнадзора; заключение договоров с водоснабжающими, коммунальными предприятиями и компаниями — поставщиками электроэнергии.

На все расходы предусмотрена сумма в 50 000 рублей.

Для создания куриной фермы полного цикла нужно спланировать проект размещения, прилегающую территорию и логистику.

1. Ферма должна быть расположена вдали от населенных пунктов или жилых районов. Минимальное расстояние — 1-1,5 км.

2. Площадь помещения должна учитывать ветеринарные нормы. Плотность посадки взрослых кур принимается исходя из значения 500-700 кур на 100 кв. м. Для мощности фермы в 1500-2000 голов понадобится площадь в 300-400 кв. м.

Помещение фермы должно содержать функциональные зоны: цыплятник для выращивания цыплят — 50-60 кв. м.; помещение для технологического оборудования — 40 кв. м.; хозяйственно-бытовое помещение: офис, комната отдыха, санузлы — 50 кв. м.; склад — 30 кв. м.; помещение для складирования кормов — 30 кв. м.

Общая площадь помещения фермы составляет 500 кв. м. Для выгула кур в теплое время года необходим земельный участок с сеточным ограждением площадью 200-300 кв. м.

Предусмотрено приобретение земельного участка площадью 1000-1200 кв. м. в долгосрочную аренду с правом выкупа. Участок будет расположен в пригородном районе в 30 км от города.

Технология производства строится на выращивании пород: ломан-браун, русская белая, минорка. Среднегодовая яйценоскость этих пород составляет до 300 яиц с несушки.

Кроме этих видов, будут выращиваться бройлерные или мясные породы: амрокс, аракаунана, адлеровская серебристая. Средний товарный вес курицы доходит до 5 кг.

В качестве основного корма будут использоваться зерновые смеси, комбикорма, мелкоизмельченные растительные смеси.

Условия содержания – главный фактор яйценоскости и быстрого набора веса. У курей должен быть постоянный доступ к чистой питьевой воде, корму, а в курятнике соблюдаться температурный режим не ниже 15-18° С, норма освещенности помещения для взрослого поголовья кур – не менее 17 часов в сутки; для цыплят – постоянное с использованием инфракрасных бактерицидных ламп дневного света.

Для выращивания курей предполагается использовать промышленный инкубатор с мощностью 1000-1500 яиц. Средний срок инкубации – 20 дней.

Мясные и яичные породы курей будут рассчитываться в пропорциях 40/60.

Технологией производства фермы предусмотрено производство упакованных пакетов с удобрением в виде смеси куриного помета с растительными отходами.

Проектом предусматривается использование, как нового оборудования, так и б/у.

Схема приобретения оборудования учитывает покупку через посредников и аукционы, на которых производится распродажа имущества.

Общий список оборудования:

1. Вентиляционная система (климат-контроль).
2. Поилки-кормушки.
3. Брудер инкубационный.
4. Инкубатор на 1000 яиц.
5. Промышленный холодильник на 500 л.
6. Емкость для подготовки питьевой воды.
7. Упаковочный автомат.
8. Компьютеры и оргтехника (компл.).
9. Мебель для офиса.
10. Мебель для комнаты отдыха (компл.).
11. Хозяйственный инвентарь (компл.).
12. Минигрузовик.
13. Система видеонаблюдения.
14. Пожарный инвентарь.

Для эффективной работы в проекте куриной фермы приоритетным является подбор и наём квалифицированного персонала.

Кроме образования и квалификации операционный персонал фермы должен иметь опыт работы на птицеводческих фермах 2-3 года.

Наём персонала предполагается осуществлять в районе расположения фермы, чтобы упростить доставку работников.

Полный расчет ФОТ на 24 месяца с учетом премиальной части и страховых взносов представлен в финансовой модели.

Управляющий отвечает за организацию работы, соблюдение трудовой и технологической дисциплины, безопасность труда и коммерческую деятельность предприятия. Он работает с поставщиками, потребителями, контрагентами и надзорными органами. В области его ответственности рекламный бюджет и реклама. Он должен иметь опыт работы на руководящих должностях в сельхозпредприятиях, опыт работы с финансовой отчетностью и бюджетированием бизнеса.

Старший технолог отвечает за производственную и технологическую часть работы фермы, обеспечивает соблюдение технических и санитарных норм содержания куриного стада, выращивания, подготовку продукции, утилизацию отходов, исправность оборудования.

Оператор-птичник отвечает за куриным стадом и условия содержания: режим кормления, инкубации; а также сортировкой и упаковкой.

Водитель-экспедитор отвечает за доставку готовой продукции клиентам заказчикам, снабжение фермы необходимыми расходными материалами.

Подсобный рабочий выполняет работу, связанную с поддержанием санитарных норм помещений, погрузку-выгрузку кормов и готовой продукции, помогает операторам-птичникам.

У управляющего и технолога ненормированный рабочий день. Оплата труда, комбинированная: оклад плюс процент от суммы выручки.

Оператор-птичник и подсобный рабочий будут работать сменами по 12 часов в режиме 2 через 2. Система оплаты, комбинированная: оклад плюс премия по итогам работы фермы за каждый квартал, полугодие и год.

Водитель-экспедитор работает 6 дней в неделю и получает оклад плюс премию по результатам работы фермы за 3, 6, 12 месяцев.

Инвестиции на открытие включают тыс. руб.: регистрация, включая получение всех разрешений, – 50 00 тыс. руб.; возведение блочного модуля фермы – каркасная технология – 1 200 000 тыс. руб.; расходы на первый месяц работы фермы – 300 000 тыс. руб.; реклама на открытие – 30 000 тыс. руб.; расходы на аренду участка в первые два месяца – 30 000 тыс. руб.; закупка оборудования – 1 272 000 тыс. руб.; прочее – 20 000 тыс. руб.

Итого – 2 902 000 тыс. руб.

План продаж на 24 месяца с учетом сезонности, прогноз эффективности инвестиций и расчет экономических показателей бизнеса представлен в финансовой модели.

Риск сезонного снижения спроса на куриное мясо или яйца. В России это заметно летом, когда людей отправляют в отпуск.

Риск заражения куриного стада болезнями. Единственной эффективной мерой защиты – проведение своевременной вакцинации куриного стада, периодический осмотр ветеринаров.

Подорожание комбикорма может повлиять на рентабельность работы фермы. Гибкая политика сбыта, работа с контрагентами позволят снизить риск.

### **Библиографический список**

1. Ветеринарные правила содержания птицы на личных подворьях граждан и птицеводческих предприятиях открытого типа. Приложение к приказу Минсельхоза РФ от 3 апреля 2006 г. № 103. [Электронный ресурс]. – URL: <https://base.garant.ru/12146649/53f89421bbdaf741eb2d1ecc4ddb4c33/?ysclid=m2ijfjhh0366397465>.

# **Анализ социально-экономических и политических процессов постсоветской России в контексте межгосударственного сотрудничества с Китаем и Индией**

**В. С. Шуньков**

Омская гуманитарная академия

После развала СССР Россия стала преобразовываться как в политическом плане, так и в экономическом. Сменился политический строй, появилась новая Конституция. Соответственно, необходимо было налаживать как политические отношения с различными странами, так и социально-экономическую жизнь граждан. Большую роль в этом сыграл масштабный экономический кризис в России в 1998 году, который затронул каждого. Нужны были такие партнеры, которые помогли бы преодолеть и внутренние, и внешние проблемы РФ. Одними из таких стратегических партнеров, которые влияли и продолжают влиять на социально-экономические и политические процессы, стали Китайская Народная Республика и Республика Индия. Анализ данных межгосударственных отношений позволит не только понять, как изменялись эти процессы в России, но также, возможно, и выработать новые пути сотрудничества с данными государствами, поскольку важность Восточноазиатского региона постоянно растет.

Китай всегда был одной из мощнейших держав. В советский период отношения с Китаем были неоднозначными. Образование Китайской Народной республики в 1949 году стало началом расцвета советско-китайских отношений. Но с приходом к власти Н. С. Хрущева и его докладом о культе личности Сталина эти отношения охладели, и даже стали напряженными. Дело доходило даже до вооруженных конфликтов на границе.

Но после распада СССР начался новый виток отношений между Россией и Китаем. С начала 90-х годов между этими государствами закрепляются дружеские отношения. Позднее был заключен договор о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве. В 2001 году была основана Шанхайская организация сотрудничества, в состав которой помимо КНР и РФ вошли Казахстан, Узбекистан, Таджикистан, Кыргыз-

стан. Позднее в ШОС были приняты Иран, Индия и Пакистан. Главными задачами этой организации являются развитие экономических отношений, борьба с терроризмом, наркоторговлей, развитие культурного и научного сотрудничества. Участие России в этой организации выгодно тем, что она может укрепить свои позиции и усилить свое влияние в Центральной Азии, наладить или расширить экономическое и политическое сотрудничество с государствами [4].

Позднее была основана другая организация, в которую также вошли Россия и Китай – БРИКС. Изначально она называлась БРИК по первым буквам стран-участниц: Бразилия, Россия, Индия и Китай. Чуть позже к этой организации присоединились страны Южной Африки. Эта организация, в отличие от ШОС, создана для развития экономических систем членов.

Постепенно экономическое взаимодействие между государствами расширялось. Во-первых, увеличились инвестиции как в РФ с китайской стороны, так и в КНР с российской. Во-вторых, Россия увеличила экспорт в Китай таких сырьевых продуктов как нефть, газ, древесина, уголь, железная руда и другие. Так, в 2017 году товарооборот увеличился на 20,8 %, в 2018 на 27,1 % и составил 107 млрд долларов [1]. В 2021 году – 140 млрд долларов, а в 2022 – 185 млрд долларов. То есть заметна постоянная тенденция повышения товарооборота. Причин этому несколько, но одна из главных это – ухудшение отношений со странами Запада, а как следствие и введение санкций в отношении России. Поэтому нашему государству необходимо было искать другие рынки сбыта, чтобы экономика не пришла в упадок. Кроме того, сотрудничество проявляется и в сфере туризма. Так приостановленный договор в 2020 году из-за пандемии о безвизовом режиме для российских и китайских групп туристов возобновил свое действие в 2023 году. В Китай могут поехать группы туристов от 5 человек на срок не более 15 дней. Китай ввозит в Россию товары массового потребления: одежду, обувь, различную технику, мебель. Для граждан РФ данные товары выгодны небольшой ценой, в отличие от ввезенных товаров из Запада. Тем более после ввода санкций западная продукция сокращается и становится еще дороже, ввезенная по параллельному импорту, что делает китайскую еще более привлекательной.

Сотрудничество не только на уровне двух держав, но и в составе ШОС и БРИКС, укрепляет позиции РФ и КНР на мировой

арене, а также способствует формированию новых центров влияния в мировой политике. Кроме того, активно и военнотехническое сотрудничество между Китаем и Россией. Это подразумевает не только куплю-продажу техники, но и обмен современными военными технологиями, которые могут поспособствовать модернизации армии как России, так и Китая. Наша страна не только поставляет в КНР различную технику, включая истребители, корабли, подводные лодки и т. д., но и продает лицензии на изготовление различной военной техники, хотя и не очень успешно, потому что Китаю выгодней делать свои копии, которые обходятся во много раз дешевле [5].

Таким образом, взаимоотношения между Россией и Китаем вышли на новый уровень после распада СССР. С каждым годом сотрудничество между странами нарастает, и на данный момент Китай является одним из ключевых партнеров не только в экономической сфере, но и политической.

Другим важным межгосударственным партнером России является Индия. В XX веке отношения между СССР и Индией были немного лучше, чем с Китаем, но до 1947 года сотрудничество практически не было, поскольку она являлась колонией Британии до этого времени. После обретения независимости Индией отношения с СССР стали продуктивней. Увеличились объемы торговли, Советский союз выступал посредником для мирного урегулирования конфликта между Индией и Пакистаном в 1965 году.

С 90-х годов, в российско-индийском сотрудничестве преобладающим стало не политическое, а экономическое взаимодействие, но тем не менее это не значит, что политическое прекратилось. РФ и Индия проводят совместные военные учения, в которых каждая сторона передает и получает опыт. Так же, как и с Китаем, с Индией происходит обмен военных технологий [7].

Что касается экономики, то Индия является одним из основных рынков для продажи российского вооружения. Кроме того, страны сотрудничают и в сфере космоса: совместно разрабатывают ракеты-носители, занимаются спутниковой навигацией, прикладными космическими технологиями [6]. В 2017 году Индия стала полноправным членом ШОС. РФ и Индия сотрудничают и в сфере здравоохранения. Например, во время пандемии COVID-19 фармацевтические компании проводили тестирование российской вак-

цины «Спутник V» [2]. Кроме того, Россия и Индия набирают студентов по обмену. Большое количество индийских студентов учится, например, в Омском государственном медицинском университете. Индия закупает у России большие объемы нефти и газа, поскольку является третьим потребителем в мире данного сырья. В январе 2023 году она стала основным покупателем нефти в течение нескольких месяцев [3].

Таким образом, российско-индийские отношения носят преимущественно экономический характер, а российско-китайские проявляются во всех сферах жизни общества. Сотрудничество с данными государствами для постсоветской России имеет огромное значение, и она весьма ощутимо на мировой арене, поскольку три крупнейшие державы могут фактически влиять на всю Азию.

### **Библиографический список**

1. Товарооборот России и Китая вырос на 27% [Электронный ресурс] // Газета.Ру. – URL: [https://www.gazeta.ru/business/news/2019/01/14/n\\_12518449.shtml](https://www.gazeta.ru/business/news/2019/01/14/n_12518449.shtml) (дата обращения: 15.03.2024).
2. В Индии начали вторую и третью фазу испытаний вакцины «Спутник V» [Электронный ресурс] // РИА Новости. – URL: <https://ria.ru/20201201/vaktsina-1587206216.html> (дата обращения 15.03.2024).
3. January oil loadings from Russia's Baltic ports set to jump 50% vs Dec [Электронный ресурс] // Reuters. – URL: <https://www.reuters.com/business/energy/january-oil-loadings-russias-baltic-ports-set-jump-50-vs-dec-2023-01-23/> (дата обращения 16.03.2024).
4. Вэньхуэй Я. К вопросу об особенностях сотрудничества обществ дружбы России и Китая в постсоветский период / Ян Вэньхуэй // Современная научная мысль – 2023. – № 6. – С. 256–263. – DOI:10.24412/2308-264X-2023-6-256-263.
5. Архипкин О. В. Политические и экономические тренды российско-китайских отношений / О. В. Архипкин, А. Н. Лапшин, С. А. Голик // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Политология. Религиоведение – 2020. – Том 32. – С. 20–33.
6. Мохов А. В. Взаимоотношения России и Индии: экономический и социально-политический аспекты / А. В. Мохов, Н. Н. Муравьева // Вестник Университета мировых цивилизаций – 2020. – Том 11, № 4. – С. 99–106.
7. Ткаченко А. А. Внешнеэкономическая политика в современном контексте российско-индийских отношений / А. А. Ткаченко, К. М. Гильманова, М. А. Трофимова // Российский внешнеэкономический вестник – 2021. – № 2. – С. 98–111.

# Проблема разграничения сфер влияния в государственной администрации

**А. Е. Ярош**

Омская гуманитарная академия

*Научный руководитель — канд. экон. наук, доцент Н. Е. Алексеев*

В мире государственной администрации существует вечная дилемма: как четко и эффективно разграничить сферы влияния между различными уровнями власти и органами управления. Эта проблема имеет большое значение для обеспечения стабильности, эффективности и справедливости в управлении государством. В данной статье мы рассмотрим сложности, с которыми сталкиваются государственные администрации по всему миру при попытке разрешить эту проблему, и проанализируем различные подходы к разграничению сфер влияния, а также их последствия для общества и политики.

Проблема разграничения сфер влияния в государственной администрации имеет свои корни в истории человечества. С самого зарождения государств и административных структур существовала потребность в определении и распределении власти между различными органами и уровнями управления [1]. Исторические примеры конфликтов и сбоев в управлении, связанных с неясностью вопросов разграничения власти, можно найти во всех уголках мира.

В современном мире, хотя строительство государственных администраций приобрело более сложную форму, эта проблема остается актуальной. С развитием демократических институтов, новых технологий и глобализации, сложность проблемы только возрастает. Государства сталкиваются с необходимостью учитывать множество интересов и факторов, что делает разграничение сфер влияния еще более сложной задачей [2].

В контексте современных государственных администраций существует несколько ключевых сложностей, связанных с разграничением сфер влияния:

- **Политические амбиции:** Политические лидеры и органы власти могут стремиться расширить свои полномочия и влияние, что может привести к конфликтам и неразрешенным спорам [3].

- Территориальные и геополитические аспекты: Вопросы разграничения влияния между разными регионами или даже странами могут стать источником международных конфликтов.

- Социальные и экономические аспекты: Социальные и экономические группы могут давить на администрации, чтобы защитить свои интересы, что может затруднить определение приоритетов.

- Технологический прогресс: С развитием информационных технологий и интернета, управление данными и информацией становится ключевой задачей, и вопросы конфиденциальности и безопасности приобретают новый уровень сложности.

Решением данной проблемы могут выступать следующие аспекты [4]:

1. Создание министерств и ведомств: Разделение административных функций на основе отраслей или направлений деятельности (например, министерство здравоохранения, министерство образования, министерство финансов и т. д.).

2. Децентрализация: Передача полномочий и ответственности за принятие решений на более низкий уровень управления, например, на уровне регионов или муниципалитетов.

3. Функциональное разграничение: Распределение обязанностей и ответственности между различными отделами и службами внутри одного ведомства или министерства (например, отдел планирования, отдел кадров, финансовый отдел и т. д.).

4. Разделение полномочий между ветвями власти: Разграничение сфер влияния между законодательной, исполнительной и судебной властью для обеспечения баланса и предотвращения злоупотреблений.

5. Введение системы сдержек и противовесов: Создание механизмов, которые ограничивают и уравнивают власть отдельных административных единиц или лиц для предотвращения коррупции и обеспечения прозрачности в принятии решений.

6. Внедрение механизмов общественного контроля: Создание условий для участия граждан и общественных организаций в процессе принятия решений на различных уровнях управления, что позволяет более эффективно разграничивать сферы влияния и контролировать деятельность государственных органов.

7. Разработка и внедрение административных регламентов и процедур: Четкое определение прав, обязанностей и ответственности

сти каждого государственного органа, а также порядка взаимодействия между ними, что способствует эффективному разграничению сфер влияния и предотвращению конфликтов интересов.

Государства по всему миру используют различные подходы для разграничения сфер влияния в государственной администрации. Некоторые из них включают именно такие подходы:

- Федерализм: Распределение власти между центральным правительством и региональными уровнями. Примерами могут служить федеративные страны, такие как США, Германия и Россия [5].
- Системы сдержек и противовесов: Создание механизмов, позволяющих разным органам правительства контролировать друг друга. Это часто встречается в демократических системах.
- Партиципативное управление: Включение общественных групп и граждан в процесс принятия решений и разграничения власти [6].

Качественное разграничение сфер влияния в государственной администрации имеет критическое значение для обеспечения стабильности, эффективности и справедливости в управлении государством. Неправильное разделение власти может привести к коррупции, конфликтам и несправедливости, в то время как правильные механизмы разграничения могут способствовать развитию общества и экономики.

В заключение подчеркнем, что проблема разграничения сфер влияния в государственной администрации остается одним из важнейших вопросов современной политики и управления. Несмотря на усилия многих стран в решении этой проблемы, эффективная система разделения полномочий и ответственности все еще находится в стадии развития. Необходимость четкого определения компетенций различных органов власти и их сотрудничества становится все более актуальной в условиях быстро меняющегося мира. Отсутствие ясности в этом вопросе может привести к коррупции, неэффективности и даже кризисам в управлении государством. Правильное разграничение сфер влияния требует не только юридических норм и законодательных актов, но и культурных и образовательных изменений в обществе [7]. Только через совместные усилия государств и общества можно достичь устойчивого и справедливого разделения полномочий, что, в свою очередь, содействует развитию демократии и процветанию государства в целом.

## Библиографический список

1. Вебер М. Избранные произведения : Пер. с нем. / М. Вебер; Сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова; Предисл. П. П. Гайденко. – Москва : Прогресс, 1990. – 804 с.
2. Попова И. В. Система государственного управления: Разграничение полномочий и координация действий. – СПб. : Питер, 2018.
3. Непойранова А. С. Принятие политических решений в Российской Федерации: федеральный и региональный уровни. – Томск: Национальный Исследовательский Томский Государственный Университет (НИ ТГУ), 2020.
4. Бовайрд Т., Лёффер, Э. Публичное управление и управление качеством: Разграничение сфер ответственности. – Москва : Госуниверситет – Высшая школа экономики, 2009.
5. Сотрудничество в публичной политике и управлении : монография / Г. Бакен-Кнапп, С. Г. Балабанова, Н. А. Баранов и др. ; под редакцией проф. Л. В. Сморгунова ; Санкт-Петербургский государственный университет. – Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2018. – 273 с.
6. Айрапетян Р. А. Теоретико-методологические основы партисипативного управления городом // Проблемы экономики и менеджмента. – 2014. – № 1 (29). – С. 4–10.
7. Черкасова В. А. Государственное регулирование экономики: разграничение сфер влияния и ответственности. – Москва : Издательство МГУ, 2014.

# СОДЕРЖАНИЕ

## АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ ФИЛОЛОГИИ И ЖУРНАЛИСТИКИ

<b>С. В. Батукова.</b> Социолингвистический портрет В. С. Высоцкого .....	3
<b>Е. А. Валковская.</b> Философско-эстетическая проблематика в романе В. Ф. Одоевского «Русские ночи» .....	8
<b>А. А. Царькова.</b> Анализ диалектной лексики в произведениях В. М. Шукшина .....	12
<b>А. Грачева.</b> Жанровая палитра современного радио .....	16
<b>Д. Додух.</b> Публицистика на страницах газеты «Горьковский вестник» .....	18
<b>А. Ермекова.</b> Репортаж на региональном телеканале «Кострома» .....	20
<b>А. Ермекова.</b> Новостной контент казахстанского телеканала Qyzyljar .....	22
<b>А. Кочмарчик.</b> Содержание материалов региональных сетевых изданий .....	24
<b>Т. Нуржума.</b> Структура выпусков теленовостей «31 канала» .....	26
<b>О. Плинокос.</b> Содержание публикаций журнала «Оренбургская сударыня» .....	28
<b>О. Плинокос.</b> Специфика текстов регионального интернет-издания .....	30
<b>Л. Рзаева.</b> Проблемы жизни молодежи в отражении массмедиа Казахстана .....	32
<b>А. Сарсенбаев.</b> Формирование умений и навыков корреспондента интернет-издания .....	34
<b>В. Стадухина.</b> Специфика блогов о путешествиях .....	36
<b>А. Таболина.</b> Дизайн областной газеты «Оренбургская сударыня» .....	38
<b>К. Филонов.</b> Стиль размещения материалов на сайтах массмедиа .....	40
<b>А. Хамарова.</b> Тематика и жанры программ телеканала КТК .....	42

## **ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В ПРИКЛАДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ**

<b>А. А. Буртович.</b> Системы искусственного интеллекта в управлении общественным мнением .....	44
<b>О. Я. Голубева, С. О. Янсон.</b> Роль информационных технологий в организации самостоятельной работы младших школьников .....	48
<b>Т. И. Западонец.</b> Влияние информационных технологий и математических методов в современных прикладных исследованиях.....	54
<b>В. Д. Зольникова.</b> Применение технологии Data Mining в профессиональной деятельности.....	60
<b>Ю. О. Карнаухов.</b> Робототехника VEX IQ: информационные технологии и математика в науке и образовании .....	63
<b>А. В. Катесова.</b> Искусственный интеллект в рекламной деятельности .....	68
<b>А. А. Мещанкина.</b> Реклама в компьютерных играх.....	73
<b>Е. А. Пантелеева.</b> Жанры материалов сетевых изданий.....	78
<b>А. С. Хмилевский.</b> Виртуальные экскурсии: информационные технологии в науке и образовании .....	82
<b>Е. К. Цой.</b> Применение нейронных сетей при создании детективных рассказов.....	87

## **ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ**

<b>Л. И. Авраменко.</b> Бизнес-план по открытию студии маникюрного сервиса в г. Омске .....	90
<b>Л. И. Авраменко.</b> Задачи, функции и принципы планирования.....	98
<b>М. В. Агафонова.</b> Направления развития рынка органической пищевой продукции региона: каналы реализации и стратегии их развития.....	101
<b>С. А. Айвазян.</b> Искусственный интеллект в бизнесе: преимущества, риски и будущее .....	105
<b>В. С. Алехин.</b> Чистая энергия – залог светлого будущего .....	111

<b>А. Д. Баранова.</b> Бизнес-план тематической кофейни .....	117
<b>А. Д. Баранова.</b> Особенности развития малых и средних предприятий в Омском регионе .....	123
<b>А. Д. Баранова.</b> Планирование производства и маркетинга продукции.....	126
<b>В. С. Бебинов.</b> Теоретические и правовые основы разработки и реализации муниципальных программ как инструмента территориального развития.....	129
<b>А. С. Блинов.</b> Государственная политика и молодежь .....	136
<b>И. П. Бойко.</b> Анализ состояния рынка труда Луганской Народной Республики .....	141
<b>А. А. Бондаренко.</b> Особенности инвестиционного налогового кредитования.....	145
<b>В. И. Головин.</b> Характеристика российского градостроения и участие государства в данной проблеме .....	149
<b>А. С. Ермаков.</b> Цифровизация в управлении проектами государственно-частного партнерства .....	153
<b>А. А. Задохина.</b> Теоретико-методологические основы мотивации персонала.....	157
<b>М. М. Искаков.</b> Государственная поддержка киберспорта в России.....	163
<b>В. Д. Казицкая.</b> Механизмы развития инновационной деятельности предприятия .....	168
<b>В. Д. Казицкая.</b> Принципы, методы и виды планирования в управлении предприятием .....	176
<b>В. А. Короткова.</b> Взятка и подарок в сфере образования: к вопросу квалификационных проступков .....	181
<b>Е. Н. Кухта.</b> Показатели конкурентоспособности предприятия: теоретический аспект .....	185
<b>Е. И. Ларионов.</b> Механизмы организации политического управления в современной России.....	194
<b>Я. Н. Лебедев.</b> Региональная политика государства .....	199
<b>А. С. Мясникова.</b> Управленческие проблемы и причины их возникновения в организации .....	203
<b>К. А. Нерсисян.</b> Влияние стиля руководства на развитие организации .....	207
<b>Е. А. Рассказова.</b> Создание бренда города Омска .....	211
<b>Р. Р. Сайбулина.</b> Раздельный сбор мусора как форма экопросвещения учащихся омских школ.....	221

<b>Р. Р. Сайбулина.</b> Методы нормативного планирования .....	226
<b>М. С. Чащина.</b> Бизнес-план вегетарианского кафе .....	229
<b>М. С. Чащина.</b> Планирование издержек производства и цен .....	234
<b>А. С. Шван.</b> Риск-менеджмент и создание благоприятных инвестиционных условий в малом бизнесе: опыт организаций Сибири и Дальнего Востока .....	238
<b>Е. А. Шерер.</b> Роль населения и некоммерческих организаций в решении экологических проблем территории (на примере Омской области) .....	242
<b>Е. А. Шерер.</b> Экономическая оценка планов .....	254
<b>Т. В. Шестозубова.</b> Деловой климат Омска как фактор конкурентного преимущества Омского нефтеперерабатывающего завода ....	256
<b>А. В. Шиковская.</b> Бизнес-план куриной фермы .....	265
<b>В. С. Шуньков.</b> Анализ социально-экономических и политических процессов постсоветской России в контексте межгосударственного сотрудничества с Китаем и Индией .....	272
<b>А. Е. Ярош.</b> Проблема разграничения сфер влияния в государственной администрации.....	276

---

*Научное издание*

СТУДЕНЧЕСКАЯ ВЕСНА — 2024

XIX Международная научно-практическая  
конференция студентов и магистрантов

22 марта 2024 года

Часть 2

Компьютерная верстка Д. К. Сайтмаметовой

Подписано в печать 17.10.2024.

Бумага офсетная. Формат 60×84/16.

Печ. л. 17,75. Уч.-изд. л. 13,0. Тираж 100 экз. Заказ 57.

Омская гуманитарная академия

644105, Омск, ул. 4-я Челюскинцев, 2а

---

Отпечатано в полиграфическом отделе издательства

Омской гуманитарной академии

644105, Омск, ул. 4-я Челюскинцев, 2а, тел. 28-47-43