СТУДЕНЧЕСКАЯ ВЕСНА

XXII Международная научно-практическая конференция студентов и аспирантов

2026

Часть 1

ОМСКАЯ ГУМАНИТАРНАЯ АКАДЕМИЯ

СТУДЕНЧЕСКАЯ ВЕСНА – 2026

XXII Международная научно-практическая
конференция студентов и аспирантов

20 марта 2026 года

Сборник статей

В 3 частях

Часть 1

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

Омск Издательство ОмГА 2026

УДК 378
ББК 74.5
С88

С88 Студенческая весна – 2026. XXII Международная научно-практическая конференция студентов и аспирантов : сборник статей ; под ред. д-ра филол. наук, профессора А. Э. Еремеева : в 3 ч. – Ч. 1. – Омск : Изд-во ОмГА, 2026. – 286 с.

ISBN 978-5-98566-290-0
ISBN 978-5-98566-291-7 (ч. 1)

Сборник подготовлен по материалам конференции студентов и магистрантов и включает в себя секции: «Экономика, политология и управление персоналом: актуальные вопросы, достижения и инновации», «Информационные технологии и математические методы».

Сборник может использоваться как учебное пособие для студентов по специальностям: экономика, политология, социология, информационные технологии.

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 978-5-98566-290-0
ISBN 978-5-98566-291-7 (ч. 1)

© Омская гуманитарная академия, 2026
© Авторы статей, 2026

ЭКОНОМИКА, ПОЛИТОЛОГИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ

Модернизация речного флота Обь-Иртышского бассейна как фактор экономического развития Омской области

А. Т. Абулкин
Омское командное речное училище имени В. И. Евдокимова (Омский институт водного транспорта – филиал Сибирского государственного университета водного транспорта), г. Омск
Научный руководитель – преподаватель высшей квалификационной категории Е. А. Егоров

Транспортная инфраструктура является ключевым драйвером экономики Сибири. Обь-Иртышский бассейн, исторически служивший главной транспортной артерией региона, в настоящее время сталкивается с системным кризисом -аварийности, увеличению логистических издержек и простою грузов. В условиях санкционных ограничений и дефицита судостроительных мощностей приоритетным направлением становится не новое строительство, а глубокая модернизация существующих судов. Данное исследование посвящено оценке экономической эффективности данного подхода для Омской области.

Главная цель – понять, что экономически выгоднее для Омской области, где грузооборот водного транспорта составляет около 2-5 % из общего списка. Основным направлением у судов Обь-Иртышского бассейна является перевозка зерна и нефтепродуктов, поэтому общее внимание будет уделяться именно грузовым судам,

ведь их простой напрямую влияет на экономику региона и частных компаний. Применен метод анализа «затраты-выгоды». Сбор и первичная обработка статистических данных по тарифам, ремонтным работам и грузопотоку за период 2014–2024 гг. осуществлялись с использованием автоматизированных информационных систем и инструментов искусственного интеллекта для повышения точности выборки. Интерпретация данных, экономические расчеты и формулировка выводов выполнены автором самостоятельно.

По результатам анализа деятельности портов Омской области выявлено снижение объема грузоперевозок на 15 % за последнее десятилетие. Ключевые проблемы отрасли включают:

1. Высокая стоимость фрахта. Обусловлена значительным временем простоя судов в ремонте из-за износа корпусов (данные Отчета Росморречфлота за 2024 г. [1]).

2. Дефицит судов класса «река-море». Отсутствие достаточного количества единиц малой грузоподъемности затрудняет доставку грузов в труднодоступные районы севера области, что противоречит целям Транспортной стратегии РФ до 2030 года [2].

3. Низкий коэффициент обновления флота. По данным Росстата [3] и отчетов ООО «Иртышское речное пароходство» [4], АО «Омский речной порт» [5], коэффициент обновления составляет менее 0,5 %, что не компенсирует темпы списания.

На примере теплохода проекта «ОМ» проведено сравнение двух инвестиционных сценариев (см. таблицу):

1. Новое строительство: Капитальные затраты (CAPEX) составляют 180–220 млн руб., срок реализации –1,5-2 года, срок окупаемости – 7-9 лет.

2. Модернизация: Затраты на замену энергоустановки (в т.ч. на газомоторное топливо), навигационного оборудования и ремонт корпуса – 45-60 млн руб. (≈25% от стоимости нового судна). Срок работ – до 6 месяцев, срок окупаемости – 2,5-3,5 года.

Сравнение двух инвестиционных сценариев

	Новое строительство	Модернизация судна
Капитальные затраты	180-220 млн рублей	45-60 млн рублей
Срок реализации	1,5-2 года	До 6 месяцев
Срок окупаемости	7-9 лет	2,5-3,5 года

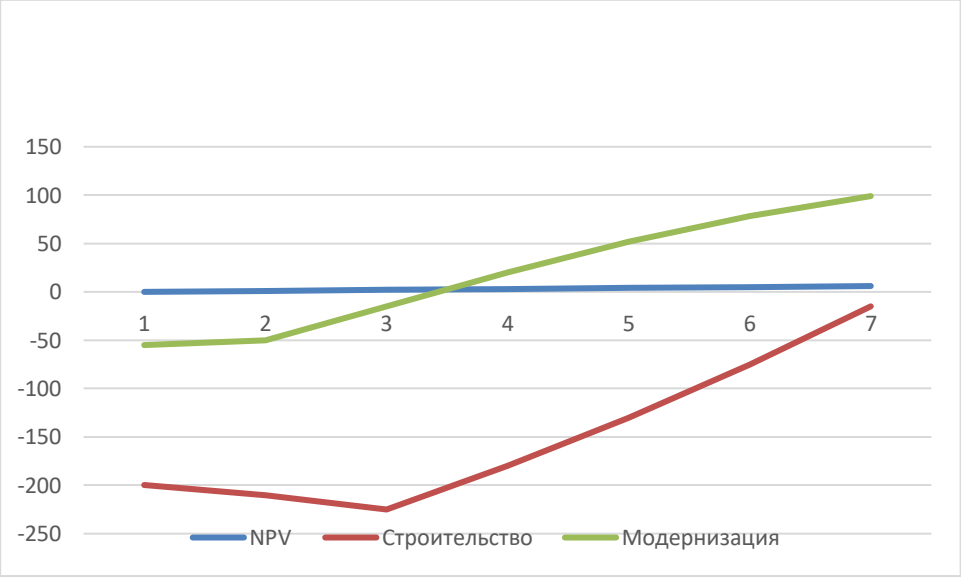
Расчеты показывают, что модернизация снижает операционные расходы (OPEX) примерно на 20 % за счет повышения топливной эффективности и сокращения простоев. Обновление парка из 10 единиц путем модернизации позволяет сэкономить более 1,2 млрд руб. по сравнению с закупкой новых судов [6]. Однако стоит учитывать также состояние судов, идущих на модернизацию. В начале такие суда должны пройти полное дефектование корпуса комиссионным обществом, если же процент дефектов составляет больше 40 %, то такое судно становится экономическим невыгодным. При подсчете также учитывалось дисконтирование на уровне 16 % (ключевая ставка ЦБ) и уровень чистой выручки (NPV), которая станет положительной уже на 4 год, в отличие от покупки нового судна с отрицательным показателем в течении 8-летнего срока.

Мы предлагаем критерий выбора судов для обновления, основанный не на годе постройки, а на остаточном ресурсе корпуса и потенциале улучшения эксплуатационных характеристик. Для реализации данного потенциала предлагается:

1. Внедрение региональной программы субсидирования до 30 % затрат на модернизацию судов.

2. Предоставление налоговых льгот для судовладельцев, переходящих на газомоторное топливо.

3. Заключение долгосрочных контрактов на аренду модернизированного флота для государственных нужд (северный завоз).



Окупаемость уже на 2-й год реализации

Стоит учитывать, что данное вложение также выгодно и государству. Мы вернем государству деньги за счет налогов: ввод судов в эксплуатацию увеличит объём перевозки грузов и поступление налогов в бюджет региона.

Модернизация речного флота Обь-Иртышского бассейна является наиболее экономически эффективным способом развития транспортной системы Омской области в текущих условиях. Она требует в 3-4 раза меньше инвестиций по сравнению с новым строительством и обеспечивает более быстрый возврат средств. Реализация предложенных мер позволит поддержать судоремонтную отрасль региона и обеспечить стабильность грузоперевозок для промышленного комплекса области.

Библиографический список

1. Отчет о деятельности ФГУП «Росморпорт» за 2024 год [Электронный ресурс] // ФГУП «Росморпорт». – Электрон. текстовые дан. – Москва : Росморречфлот, 2025. – URL: https://www.rosmorport.ru/about/disclosure/report/ (дата обращения: 19.02.2026).

2. Об утверждении Транспортной стратегии Российской Федерации на период до 2030 года: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 22 ноября 2008 г. № 1734-р (с изм. от 11 июня 2014 г. и от 12 мая 2018 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2008. – № 51. – Ст. 6378.

3. Мальцев, А. Г. Экономическое развитие водного транспорта в современной России / А. Г. Мальцев // StudNet. – 2022. – № 3. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskoe-razvitie-vodnogo-transporta-v-sovremennoy-rossii (дата обращения: 26.02.2026).

4. Транспорт и связь в России. 2024 : статистический сборник [Электронный ресурс] // Росстат. – Электрон. текстовые дан. – Москва : Росстат, 2024. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Transport_2024.pdf (дата обращения 21.02.2026)

5. Материалы конференции по развитию водного транспорта [Электронный ресурс] / Гуманитарный университет речного и морского флота. – Электрон. текстовые дан. – Санкт-Петербург : ГУМРФ, 2024. – URL: https://гумрф.рф/naudejat/nauchresearch/konferencii (дата обращения: 20.02.2026).

6. Иртышское речное пароходство [Официальный сайт] / ООО «Иртышское речное пароходство». — URL: flot55.ru.

7. Омский речной порт [Официальный сайт] / АО «Омский речной порт». – URL: омпорт.рф.

Кадровый кризис как барьер экономического роста и пути его преодоления

Д. С. Анисимова
Омский институт водного транспорта – филиал Сибирского государственного университета водного транспорта, г. Омск
Научный руководитель – канд. техн. наук, доцент И. О. Кузнецова

Современный этап развития глобальной экономики характеризуется фундаментальной трансформацией института труда. Если на протяжении последних десятилетий основным предметом дискуссий была проблема технологической безработицы и вытеснения человека автоматизацией, то сегодня эпицентр дискуссии сместился в сторону перманентного и трудно устранимого дефицита человеческих ресурсов. Рынок труда вошел в «новую реальность», где ключевым ограничителем роста становится не отсутствие рабочих мест, а отсутствие работников, обладающих требуемыми компетенциями. Мы проведем анализ структурной природы кадрового голода, для выявление его основных драйверов и описание адаптационных стратегий, формирующихся под влиянием новых рыночных условий.

Феномен дефицита кадров перестал быть краткосрочной конъюнктурной историей и приобрел черты системной ловушки. Как отмечается в материалах Российского совета по международным делам (РСМД), корни проблемы лежат в демографической яме 1990-х, последствия которой накладываются на мобилизационные процессы последних лет и рекордный отток трудоспособного населения по отдельным специальностям. Это привело к тому, что даже при формально низкой безработице (в России на начале 2026 года она фиксировалась на уровне 2,3 %) экономика функционирует с колоссальным числом незакрытых вакансий [1].

Данные начала 2026 года, приводимые Национальным рейтинговым агентством (НРА), констатируют наличие около 4,2 млн незакрытых вакансий – максимального уровня с середины 2000-х годов. Важно подчеркнуть структурный характер этого явления. Дефицит распределен крайне неравномерно: он достигает пиковых значений в рабочих профессиях (сварщики, электрики, монтажники – нехват-

ка у 65 % предприятий), инженерном корпусе (45 % компаний) и здравоохранении (35 %).

Однако было бы упрощением рассматривать ситуацию исключительно как тотальную нехватку людей. Как показывают наблюдения экспертов hh.ru, рынок одновременно сталкивается с процессом поляризации. Если по ряду массовых офисных профессий (административный персонал, начинающие специалисты) конкуренция растет, достигая 9–10 резюме на вакансию, то квалифицированные специалисты с подтвержденной экспертизой остаются в остром дефиците. Это разрушает линейную логику «дефицит – значит, работы много для всех».

Новую реальность рынка труда формируют не столько цифры занятости, сколько глубинные сдвиги в требованиях к компетенциям и форматах занятости. Согласно докладу Всемирного экономического форума (WEF) «The Future of Jobs Report 2025», около 40 % навыков, требуемых на рабочих местах, изменятся в ближайшие годы, а 63 % работодателей уже сегодня называют дефицит навыков ключевым барьером для развития бизнеса.

Здесь возникает парадокс «недоиспользованного потенциала». С одной стороны, бизнес кричит о нехватке кадров, с другой – значительная часть экономически активного населения не может трудоустроиться из-за несоответствия квалификации или трудится не в полную силу. Международная организация труда (МОТ) в своем обзоре за февраль 2026 года указывает, что эта проблема носит глобальный характер: в Европейском Союзе одновременно существуют как острый дефицит сварщиков, медсестер и поваров, так и структурные излишки рабочей силы в других профессиональных сегментах.

Аналитическая компания Lightcast в исследовании «Fault Lines» (2026) предлагает рассматривать происходящее как тектонический сдвиг, формирующий три ключевых «разлома»: геополитический (перекраивание цепочек поставок и, как следствие, спроса на труд), технологический (волатильность навыков из-за ИИ) и демографический (необратимое старение населения). Именно наложение этих трех факторов создает эффект «новой нормальности», при которой традиционные методы подбора персонала перестают работать.

Для визуализации описанных процессов обратимся к данным, обобщающим динамику ключевых индикаторов российского рынка труда в 2024–2026 годах [2].

Ключевые индикаторы структурного дисбаланса на рынке труда РФ (2024–2026 гг.)

Показатель	2024 г. (пик дефицита)	2026 г. (начало)	Характеристика изменений
Уровень безработицы	2,1 % – 2,3 %	2,3 %	Стабильно низкий уровень
Количество открытых вакансий	До 5 млн (оценка)	~4,2 млн	Сохраняется высокий спрос
Индекс обеспеченности кадрами (ЦБ)	-31,9 п. (минимум)	-25,7 п.	Ослабление остроты дефицита
Дефицит рабочих специальностей	~70% предприятий	~65 % предприятий	Незначительное снижение
Конкуренция среди «джунов» (в офисе)	Низкая	Высокая (до 10 резюме/место)	Поляризация рынка

Данные таблицы демонстрируют ключевую особенность новой реальности: общая макростатистика (уровень безработицы, общее число вакансий) перестает быть репрезентативной. За фасадом стабильности скрываются разнонаправленные микропроцессы: ослабление «перегрева» в одних секторах и сохранение острейшего голода в других. Это подтверждает тезис о структурной, а не циклической природе кризиса.

В этих условиях и работодатели, и работники вынуждены вырабатывать новые модели поведения. Для бизнеса переход к «новой реальности» означает отказ от политики массового найма в пользу точечного закрытия критических позиций и роста инвестиций в автоматизацию. Как отмечают в HPA, рынок окончательно стал соискательским в дефицитных сегментах: около половины россиян (49 %) не готовы снижать зарплатные ожидания, что является прямым следствием кадрового голода.

Со стороны работников ключевым требованием становится «адаптивность» и «технологичность». Простого владения профессией уже недостаточно: необходимо умение интегрировать в работу инструменты искусственного интеллекта, демонстрировать аналитическое мышление и готовность к быстрой смене трудовых функций. В среде «белых воротничков» формируется тренд на «полизанятость» – совмещение работы в нескольких проектах, что позволяет диверсифицировать риски и максимизировать доход в условиях нестабильности [3].

Прогнозы развития ситуации разнятся. Краткосрочные данные указывают на возможное ослабление остроты дефицита вследствие охлаждения экономики и роста издержек бизнеса. Однако долгосрочные демографические и технологические тренды, подкрепленные выводами Lightcast и WEF, свидетельствуют о том, что дефицит кадров является перманентным состоянием (permanent labour scarcity), к которому экономике придется адаптироваться как к данности.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что современный рынок труда окончательно вошел в фазу структурной трансформации. «Новая реальность» характеризуется не просто высоким спросом на труд, а качественным разрывом между имеющимися у соискателей компетенциями и потребностями экономики. Ключевыми факторами, формирующими эту реальность, выступают демографические ограничения, ускорение технологических изменений и растущая поляризация спроса на квалифицированных и неквалифицированных работников. В этих условиях успешность экономической политики и корпоративных стратегий будет определяться не умением бороться с дефицитом как с временным явлением, а способностью выстроить экосистему непрерывного развития навыков и эффективного перераспределения трудовых ресурсов.

Библиографический список

1. Субботина, Т. Н. Дефицит кадров в российской экономике: состояние, проблемы, пути решения / Т. Н. Субботина, А. Н. Пузанова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2024. – № 6-2 (112). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/defitsit-kadrov-v-rossiyskoy-ekonomike-sostoyanie-problemy-puti-resheniya (дата обращения: 09.03.2026).

2. Рынок труда: дисбалансы и перспективы. – URL: https://ecfor.ru/wp-content/uploads/2024/09/rossijskij-rynok-truda-2024.pdf.

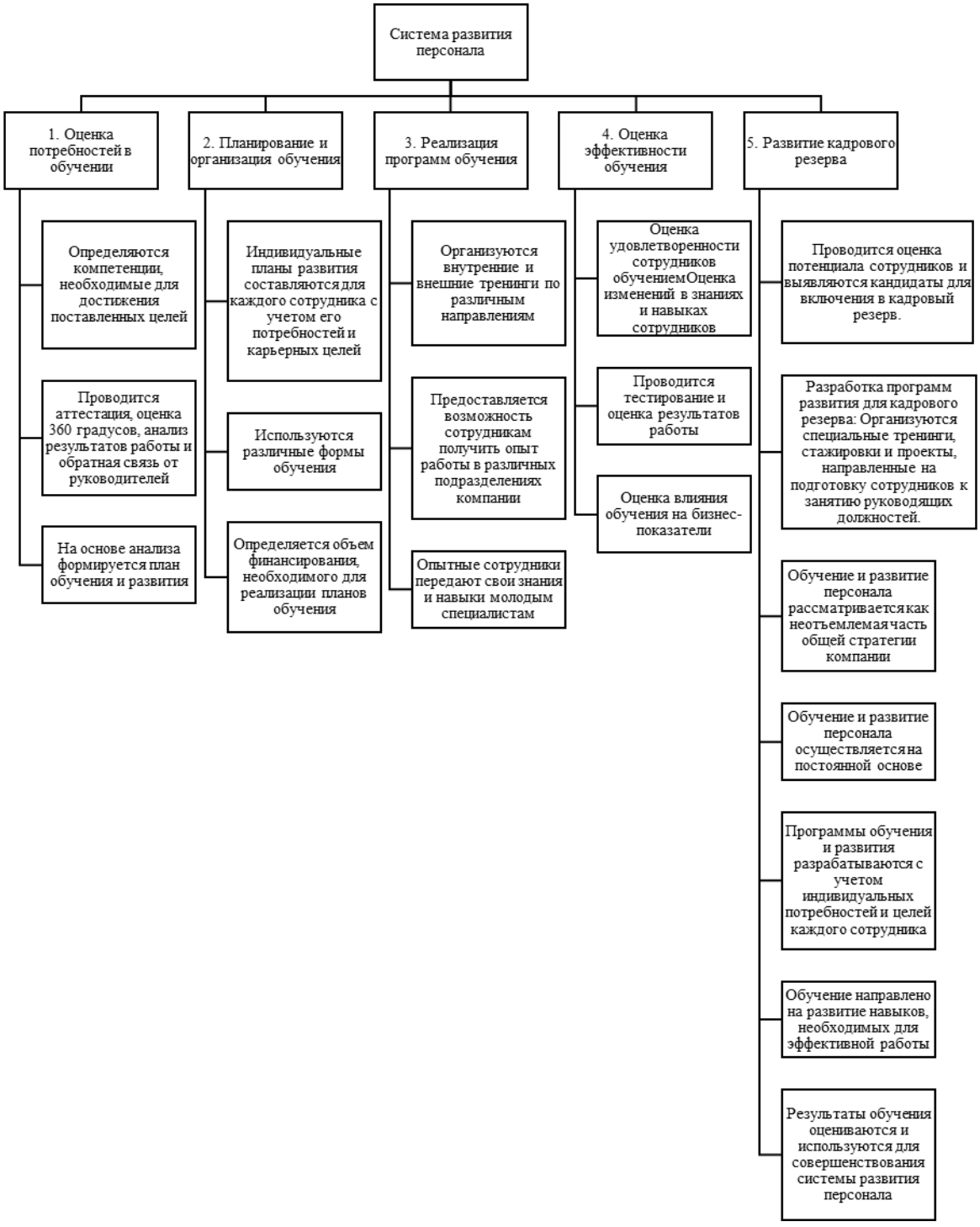
3. Щука, И. О. Актуальность использования электронных связей в подготовке кадров для регионов / И. О. Щука // Экономика и управление: современные достижения и перспективы развития : Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Омск, 3 сентября 2021 года / Редколлегия: М. Г. Родионов, С. П. Качесова, Е. Ю. Воробьева, А. А. Кузьмин. – Омск : Омский государственный технический университет, 2021. – С. 437–439. – EDN AYKJFD.

Организация системы развития персонала в ОАО «Тюменский химико-фармацевтический завод»

С. А. Аралбаева
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – д-р полит. наук, профессор О. В. Волох

Организация системы развития персонала – проблема на предприятии, часто недооцениваемая, но имеющая критическое значение для его долгосрочного успеха и конкурентоспособности. Недостаточное внимание к развитию сотрудников приводит к стагнации, снижению мотивации и, как следствие, оттоку ценных кадров. В условиях динамично меняющегося рынка и непрерывного технологического прогресса, компании, игнорирующие необходимость постоянного совершенствования навыков и компетенций своих работников, рискуют оказаться в отстающих. Ключевая проблема заключается в отсутствии комплексного подхода к развитию персонала. Нередко обучение и повышение квалификации носят хаотичный, бессистемный характер и не связаны с реальными потребностями бизнеса и индивидуальными целями сотрудников. Отсутствие четких целей, критериев оценки эффективности и инструментов для отслеживания прогресса делает инвестиции в развитие персонала неэффективными и не приносит ожидаемых результатов. Еще одной распространенной проблемой является недостаточная вовлеченность руководства в процесс развития персонала. Лидеры, которые не видят ценности в обучении и не поддерживают стремление своих подчиненных к самосовершенствованию, создают атмосферу, в которой развитие рассматривается как второстепенная задача. Важно, чтобы руководители всех уровней понимали, что развитие персонала – это не просто расходы, а инвестиции в будущее компании. Решение проблемы требует разработки и внедрения комплексной системы развития персонала, основанной на анализе потребностей бизнеса и индивидуальных планах развития каждого сотрудника. Необходимо создать условия для непрерывного обучения и повышения квалификации, предлагая разнообразные формы обучения, адаптированные к различным уровням подготовки и потребностям сотрудников. Важным элементом является создание культуры

обучения и развития, в которой стремление к самосовершенствованию поощряется и поддерживается. В конечном итоге, эффективная система развития персонала позволит компании не только повысить квалификацию своих сотрудников, но и повысить их вовлеченность, мотивацию и лояльность. Это, в свою очередь, приведет к улучшению качества продукции и услуг, повышению эффективности бизнеса и укреплению конкурентных позиций на рынке.



Система развития персонала в ОАО «Тюменский химико-фармацевтический завод»

Для организации эффективной системы развития персонала в ОАО «Тюменский химико-фармацевтический завод» важно учитывать специфику предприятия, отрасли и современные подходы к управлению человеческими ресурсами. Вот основные шаги и рекомендации по созданию такой системы:

1. Анализ потребностей в развитии. Прежде всего, необходимо провести оценку текущих компетенций сотрудников и определить потребности в обучении и развитии: оценка компетенций: выявление уровня профессиональных навыков, знаний и опыта работников; анализ рабочих процессов: изучение особенностей производственных процессов, технологий и оборудования завода; определение стратегических целей: связь развития персонала с целями и задачами предприятия.

2. Формирование программы обучения. Программа должна включать различные формы и методы обучения, соответствующие потребностям сотрудников и бизнеса: обучение на рабочем месте: наставничество, коучинг, обмен опытом внутри коллектива; курсы повышения квалификации: участие в специализированных тренингах и семинарах; электронное обучение: использование онлайн-курсов и платформ дистанционного обучения; практическое обучение: стажировки, производственные практики, выполнение проектных заданий.

3. Создание условий для профессионального роста. Создание благоприятных условий для карьерного роста и личностного развития сотрудников: система мотивации: разработка системы поощрений и вознаграждений за достижения и профессиональный рост; карьерные траектории: определение возможных путей продвижения и развития карьеры внутри предприятия; развитие лидерских качеств: поддержка инициатив сотрудников, развитие управленческих навыков и командообразование.

4. Оценка эффективности системы развития. Регулярная оценка результатов реализации мероприятий по развитию персонала позволит своевременно вносить необходимые изменения и улучшения: мониторинг прогресса: отслеживание достижений сотрудников, регулярная обратная связь; аналитика показателей: сбор и анализ данных о производительности труда, удовлетворенности сотрудников, текучести кадров; корректировка стратегии: внесение изменений в программу развития на основании полученных данных. Пример структуры плана действий представлен в таблице.

Пример структуры плана действий

Этап	Мероприятия	Ожидаемые результаты
1.	Анализ потребностей в обучении	Определение приоритетных направлений подготовки персонала
2.	Разработка программы обучения	Утверждение планов курсов и занятий
3.	Реализация учебных мероприятий	Повышение квалификации сотрудников
4.	Оценка эффективности	Улучшение ключевых показателей деятельности предприятия

Анализ существующей системы развития персонала на ОАО «Тюменский химико-фармацевтический завод» показал, что на текущий момент предприятие располагает базовыми инструментами для обучения и профессионального роста своих сотрудников. Однако, несмотря на наличие некоторых положительных аспектов, таких как наличие программ повышения квалификации и тренингов, система в целом требует значительных улучшений. В ходе анализа было выявлено, что многие сотрудники не имеют четкого представления о возможностях карьерного роста и путях развития внутри ОАО «Тюменский химико-фармацевтический завод». Это, в свою очередь, может негативно сказываться на мотивации и вовлеченности персонала, что в конечном итоге отражается на общей эффективности работы предприятия. Планирование и реализация системы развития персонала – это ключевые этапы, которые требуют особого внимания. Рекомендации по улучшению системы развития персонала на ОАО «Тюменский химико-фармацевтический завод» включают в себя активное вовлечение сотрудников в процесс их собственного развития. Важно создать культуру, в которой сотрудники будут понимать важность постоянного обучения и саморазвития. Это можно достичь через регулярные семинары, тренинги и открытые обсуждения, на которых сотрудники смогут делиться своими идеями и предложениями по улучшению системы развития. Также следует обратить внимание на необходимость создания более гибкой системы мотивации, которая будет учитывать индивидуальные достижения и потребности сотрудников. Внедрение системы поощрений за успешное прохождение курсов, участие в тренингах и внедрение новых знаний в практику работы может значительно повысить заинтересованность сотрудников в собственном развитии и обучении. Важным аспектом является необходимость интеграции системы развития персонала с общими

стратегическими целями ОАО «Тюменский химико-фармацевтический завод». Это позволит не только повысить эффективность работы сотрудников, но и обеспечить соответствие их навыков и компетенций современным требованиям рынка и потребностям бизнеса. Важно, чтобы система развития персонала была не просто набором отдельных мероприятий, а частью общей стратегии компании, направленной на достижение ее долгосрочных целей.

Таким образом, организация системы развития персонала на ОАО «Тюменский химико-фармацевтический завод» представляет собой сложный и многогранный процесс, требующий комплексного подхода и активного участия всех сторон. Успешная реализация предложенных мер и рекомендаций позволит не только повысить уровень квалификации и профессионализма сотрудников, но и создать более мотивированную и вовлеченную команду, способную эффективно справляться с вызовами современного рынка.

Библиографический список

1. Кязимов, К. Г. Управление человеческими ресурсами: профессиональное обучение и развитие : учебник для вузов / К. Г. Кязимов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2020. – 202 с.

2. Митрофанова, Е. А. Аудит, контроллинг и оценка расходов на персонал: учебно-практическое пособие / Е. А. Митрофанова, А. В. Софиенко. – Москва : Проспект: Блок-Принт, 2024. – 75с.

3. Технологии обучения и развития персонала в организации : учебник / под ред. М. В. Полевой. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 256 с.

Учет и анализ эффективности использования товарно-материальных запасов

А. У. Бараканова
Международный университет инновационных технологий,
г. Бишкек, Кыргызская Республика
Научный руководитель – канд. экон. наук,
и. о. доцента Т. Н. Абдыкалыкова

В современных условиях развития рыночной экономики эффективное управление ресурсами предприятия становится одним из ключевых факторов его устойчивого развития. Особое место

среди оборотных активов занимают товарно-материальные запасы. Товарно-материальные запасы представляют собой материальные ресурсы, которые используются в производственном процессе или предназначены для дальнейшей реализации. Они обеспечивают непрерывность производства и стабильность хозяйственной деятельности предприятия [1, 2].

Рациональное управление запасами позволяет снизить издержки производства, ускорить оборот капитала и повысить эффективность деятельности организации. Нерациональное использование материальных ресурсов может привести к излишним затратам на хранение, ухудшению финансовых показателей и снижению конкурентоспособности предприятия.

Целью данной статьи является изучение особенностей учета товарно-материальных запасов и анализ эффективности их использования на предприятии.

Товарно-материальные запасы являются важной частью активов предприятия. Их наличие обеспечивает непрерывность производственного процесса и своевременное выполнение производственных задач.

К товарно-материальным запасам относятся сырье и материалы, полуфабрикаты, комплектующие изделия, топливо, тара, готовая продукция и товары для перепродажи. Все эти ресурсы требуют правильной организации учета и контроля.

Учет товарно-материальных запасов представляет собой систему регистрации, наблюдения и контроля за их движением. Основной целью учета является получение достоверной информации о наличии и использовании материальных ресурсов.

В практике бухгалтерского учета применяются различные методы оценки запасов. Наиболее распространенными являются метод средней стоимости и метод FIFO. Использование данных методов позволяет правильно определить стоимость материальных ресурсов и обеспечить достоверность бухгалтерской информации [3].

Методы анализа товарно-материальных запасов

Анализ товарно-материальных запасов играет важную роль в управлении материальными ресурсами предприятия. Основной целью анализа является оценка эффективности использования запасов и выявление резервов повышения эффективности деятельности организации.

При проведении анализа используются различные методы и показатели. Одним из наиболее распространенных показателей является оборачиваемость запасов, которая характеризует скорость их использования в производственном процессе.

Также важным направлением анализа является изучение структуры запасов. Это позволяет определить долю различных видов материальных ресурсов в общей структуре оборотных активов предприятия.

Кроме того, анализ динамики запасов позволяет выявить изменения их объема за определенный период времени и определить тенденции развития предприятия.

Проведение анализа товарно-материальных запасов способствует повышению эффективности управления материальными ресурсами и улучшению экономических показателей предприятия.

Пути повышения эффективности использования запасов

Эффективное управление товарно-материальными запасами является важным условием повышения результативности деятельности предприятия. Рациональное использование материальных ресурсов способствует снижению затрат и повышению экономической эффективности производства [4].

Одним из основных направлений повышения эффективности использования запасов является совершенствование системы учета и контроля за их движением. Это позволяет своевременно получать информацию о наличии материальных ресурсов и принимать эффективные управленческие решения.

Важную роль играет оптимизация объема запасов. Предприятие должно поддерживать такой уровень запасов, который обеспечивает бесперебойную работу производства и одновременно предотвращает их избыточное накопление.

Также важным направлением является внедрение современных информационных технологий и автоматизированных систем учета. Это позволяет повысить точность учета, ускорить обработку информации и улучшить контроль за движением материальных ресурсов. Кроме того, значение имеет проведение регулярной инвентаризации запасов. Инвентаризация позволяет проверить фактическое наличие материальных ресурсов и обеспечить их сохранность.

Заключение. Товарно-материальные запасы являются важным элементом хозяйственной деятельности предприятия. От правиль-

ной организации их учета и рационального использования во многом зависит эффективность деятельности организации.

Проведение анализа использования запасов позволяет выявить проблемы в управлении материальными ресурсами и определить пути повышения эффективности деятельности предприятия. Рациональное управление запасами способствует снижению затрат, ускорению оборота капитала и улучшению финансовых результатов предприятия.

Таким образом, совершенствование системы учета и управления товарно-материальными запасами является важным фактором повышения эффективности деятельности предприятия.

Библиографический список

1. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебник / Г. В. Савицкая. – 6-е изд., испр. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2025. – 378 с.

2. Ковалев, В. В. Финансовый анализ: методы и процедуры / В. В. Ковалев. – Москва : Финансы и статистика, 2003. – 560 с.

3. Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО). – URL: https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=41&documentId=248939&ysclid=mtd6tdoma331394909.

4. Закон Кыргызской Республики «О бухгалтерском учете» // Министерство юстиции. Централизованный банк данных правовой информации Кыргызской Республики. – URL: https://cbd.minjust.gov.kg/1032/edition/1120721/ru?ysclid=mtd6vorie86746312.

Значение науки для развития современного общества

А. С. Блинов
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Е. А. Орлянский

В данной статье под наукой понимается систематическое производство объективных знаний, направленное на понимание, объяснение и предсказание явлений реальности. Она является одним

из важнейших факторов, формирующих мировоззрение людей и уровень технологического развития. Наука глубоко проникает во все социальные институты, тем самым влияя на материальное и духовное развитие общества. Научная деятельность формирует базу знаний, на которой строятся технологии, управленческие практики, социальные стратегии развития и прочее. А. И. Кириллов в своей статье «Роль фундаментальной науки в развитии общества» пишет: «наука и научные исследования посредством просвещения, образования и изобретательства развивают общество и делают жизнь чело века лучше. Они обеспечивают в обществе постоянный спрос на модернизацию, а также готовность и умение заниматься ею на всех уровнях» [1].

Говоря, что наука проникает во все социальные институты, подразумевается, что она взаимодействует и с экономикой, государственными институтами и культурными практиками, определяя пути развития общества в целом.

В современной цивилизации наука становится инструментом государственного управления, влияя на социально-экономические процессы, инновации и качество жизни людей. Научные исследования содействуют развитию технологий и инноваций, что напрямую влияет на то, насколько высока конкурентоспособность общества, в том числе в экономике и политике. Связь науки с производством и технологическими процессами позволяет повышать производительность и внедрять инновации, являясь фактором роста.

Кроме того, научно-технический прогресс меняет структуру общества, стимулируя международное сотрудничество, обмен знаниями и технологическими достижениями, что положительно сказывается на социальной жизни и культуре.

Достижения науки улучшают условия жизни, расширяют возможности медицины, транспорта, связи и других сфер, влияя на продолжительность и качество жизни людей. Новые знания способствуют оптимизации здравоохранения, повышению образовательного уровня и расширению доступа к информации, что важно для личностного развития каждого члена общества. Анализируя любой сегмент взаимоотношений в обществе, выявляется закономерность: во всех областях трудовой деятельности для достижения лучшего результата и улучшения производительности труда активно применяются новые технологии. Исторически сложилось,

что взаимосвязь научных знаний, новых технологий и развития общества имеет общий вектор влияния развития [2].

Наука также выступает инструментом для решения глобальных проблем, например изменения климата или нехватки ресурсов из-за роста популяции человечества.

В политической сфере наука представляет собой важнейший стратегический ресурс государства. Уровень научного развития напрямую связан с технологической независимостью, экономической устойчивостью и обороноспособностью страны. Государства, инвестирующие в фундаментальные и прикладные исследования, формируют долгосрочные конкурентные преимущества.

Научные разработки лежат в основе ключевых отраслей жизни государства и его населения, например в сфере энергетики, информационных технологий, медицины и космической промышленности. Без собственной научной базы государство оказывается зависимым от внешних технологий и решений, что снижает его суверенитет. В этой связи содействие научному развитию, можно считать неотъемлемой частью стратегии национальной безопасности.

Многие авторы научных статей отмечают особое значение фундаментальной науки [1]. Именно она формируют основу для будущих технологических прорывов, становясь первой и неизбежной стадией такого прорыва. История научно-технического прогресса показывает, что крупнейшие инновации, такие как интернет, ядерная энергетика, спутниковая связь выросли из фундаментальных исследований, первоначально не ориентированных на коммерческое или военное применение.

Можно также сказать, что те государства, которые создают преференциальные условия для развития своей науки, могут рассчитывать в будущем пожинать плоды научных достижений по всему миру. Такие государства-лидеры в области науки становятся центрами притяжения талантов, инвестиций и передовых технологий из других стран, которые не смогли создать аналогичных условий. Это усиливает их влияние на глобальные процессы и формирование международной повестки, данное высказывание подтверждает тот факт, что большое количество ученных эмигрировало в США во время мировых войн, что стало одним из основополагающих факторов ее бурного развития в XX веке [3].

Научное знание и научная деятельность влияют на мораль и нравственность общества, так как она основана на разуме, а, значит, задаёт рациональные ориентиры для поведения и оценок, выступая источником объективной информации о мире и возможных последствиях действий [4]. Во многих философских исследованиях подчёркивается, что наука и мораль находятся во взаимосвязи, ведь знание, получаемое наукой, помогает людям ориентироваться не только в фактах, но и в оценках добра и зла и в формировании правильных выборов. Научный взгляд на мир стимулирует критическое мышление и способность рационально оценивать последствия своих поступков, что является основой осознанного и нравственного поведения в обществе. Можно сказать, что истинно научный подход всегда будет соответствовать высшим критериям этики и снизит вероятность использования научных достижений в античеловечных целях.

Исходя из вышесказанного, можно понять, что наука является основой интеллектуального и материального прогресса, без которого невозможно полноценное развитие общества. Более того, наука позволяет достичь комплексного прогресса в социуме. Свидетельством этого является то, что стимулированию подвергается не только технические, материальные компоненты (и их интеллектуальная составляющая), но и духовная сфера. Именно таким образом можно оценить роль науки в современном обществе.

Библиографический список

1. Кириллов, А. И. Роль фундаментальной науки в развитии общества / А. И. Кириллов // Вестник Московского университета. Серия 20. Педагогическое образование. – 2012. – № 1. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rol-fundamentalnoy-nauki-v-razvitii-obschestva.

2. Хариков, С. В. Взаимосвязь: технический прогресс и развитие общества / С. В. Хариков // Вестник науки. – 2025. – № 1 (82). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vzaimosvyaz-tehnicheskiy-progress-i-razvitie-obschestva.

3. Никифоров, А. Л. Роль науки в современном обществе / А. Л. Никифоров // Философия науки и техники. – 2014. – № 1. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rol-nauki-v-sovremennom-obschestve.

4. Виниченко, К. Т. Наука и мораль / К. Т. Виниченко // Известия Томского политехнического университета. Инжиниринг георесурсов. – 1969. – № 182. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/nauka-i-moral/viewer.

Менеджмент в эпоху перемен

К. С. Бухарметов
Омский филиал Университета «Синергия», г. Омск
Научный руководитель – канд. экон. наук,
доцент Г. А. Домащенко

В наши дни руководство компаний находится на стыке устоявшихся методов и смелых инноваций, которые стали следствием цифровой трансформации. Глобальные процессы, стремительный технологический прогресс, эволюция потребительских запросов и последние мировые кризисы породили крайне нестабильную среду для бизнеса. В таких условиях пересмотр управленческих стратегий превращается не просто в предмет исследования, но в критически важный фактор для процветания и дальнейшего роста.

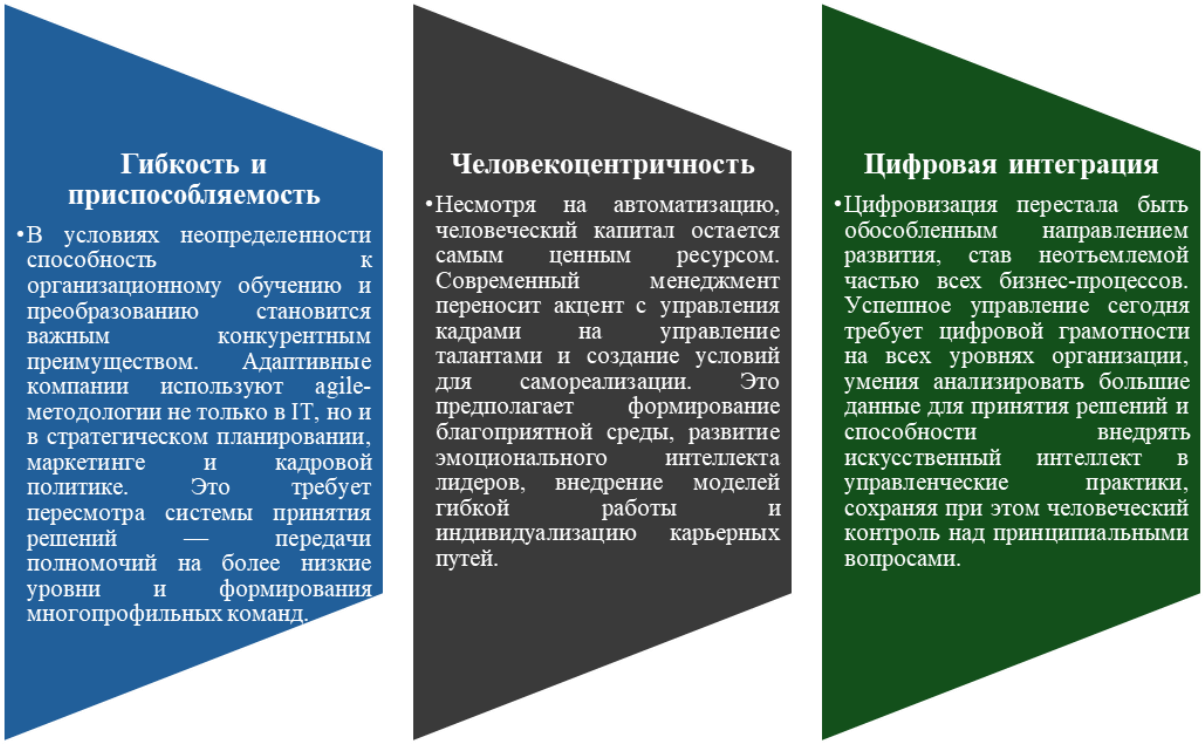
В прошлом управленческие модели эволюционировали от жестких административных систем, разработанных Фредериком Тейлором, и иерархических структур Макса Вебера к более гибким идеям [1, 2, 3, 4]. В середине прошлого столетия появились школы, акцентирующие внимание на психологии и межличностных отношениях. Нынешняя эпоха ознаменована переходом от традиционных вертикальных организационных структур к горизонтальным сетям и комплексным бизнес-системам (экосистемам).

Современные подходы к менеджменту претерпевают значительные изменения: фокус смещается с прямого распоряжения активами на координацию интеллектуального потенциала и навыков, которые зачастую находятся вне традиционных организационных рамок. Ключевая дилемма нынешнего управления заключается в стремлении одновременно гарантировать устойчивость операционной деятельности и развивать гибкость для оперативного реагирования на изменения.

Три основы современного управления представлены на рисунке.

В контексте нестабильности умение организации учиться и трансформироваться обретает статус ключевого отличия от конкурентов. Компании, отличающиеся высокой адаптивностью, применяют гибкие методики не только в сфере информационных технологий, но и в долгосрочном стратегическом планировании, продвижении продуктов и управлении персоналом. Это, в свою оче-

редь, диктует необходимость реформирования процесса принятия решений – делегирования ответственности на более низкие уровни и создания межфункциональных рабочих групп.



Три основы современного управления

Даже с учетом широкого распространения автоматизации, именно люди по-прежнему являются самым значимым активом компании. Современные подходы к управлению смещают фокус с простого кадрового администрирования на целенаправленное развитие и раскрытие потенциала сотрудников, а также на создание атмосферы, способствующей их профессиональному и личностному росту. Это включает в себя формирование позитивной рабочей атмосферы, совершенствование навыков эмоционального интеллекта у руководителей, имплементацию гибких форматов занятости и разработку персонализированных траекторий карьерного развития.

Цифровые технологии трансформировались из отдельной инициативы в фундаментальный элемент всех бизнес-операций. Современное руководство нуждается в цифровых компетенциях на каждом корпоративном уровне, в способности эффективно обрабатывать и интерпретировать большие массивы данных для обоснованного выбора, а также в умении интегрировать инструменты ис-

кусственного интеллекта в управленческую деятельность. При этом крайне важно сохранять человеческий надзор и контроль над стратегически важными аспектами принятия решений.

Чтобы успешно справляться с постоянно меняющимися вызовами сегодняшнего дня, современному лидеру необходимо находить гармонию между, казалось бы, взаимоисключающими задачами. К ним относятся, например, стремление к новаторству и одновременно обеспечение бесперебойной работы, потребность в оперативности и тщательность при принятии решений, унификация процессов и учет персональных особенностей, а также обеспечение самостоятельности на местах в сочетании с необходимостью слаженных действий на глобальном уровне. Достижение этого равновесия обеспечивается через формирование системного взгляда — умения воспринимать организацию как целостный организм. Это позволяет осознавать, как любое изменение в одной из ее частей неизбежно отражается на других.

Термин VUCA метко характеризует нынешнюю бизнес-среду. Проницательные руководители активно применяют сценарное моделирование, используют пробные подходы в инновационной деятельности, укрепляют гибкость компании и управляют, опираясь на общие корпоративные ценности. Осознание обществом важности ESG-принципов возводит этические нормы в ранг стратегических приоритетов. И, как следствие, принципы устойчивого развития становятся неотъемлемой частью ожиданий всех причастных сторон.

В современном мире не осталось шаблонных подходов к управлению. Нынешний руководитель — это творец, подбирающий неповторимые сочетания инструментов, исходя из уникальной ситуации. Важнейшим навыком становится умение анализировать свои действия, усваивать новое и пересматривать устаревшие взгляды. Организации, сумевшие гармонично соединить технологические достижения с креативным подходом, строгость процессов с адаптивностью, самостоятельность исполнителей с командной работой, займут лидирующие позиции. Именно в таком слиянии кроется основа управления следующего этапа развития.

Библиографический список

1. Лидерство и менеджмент в эпоху перемен // МИФ. – URL: https://biz.mann-ivanov-ferber.ru/2022/06/09/liderstvo-i-menedzhment-v-epoxu-peremen.

2. Менеджмент в 2025 году // Национальный исследовательский университет «Московский институт электронной техники» [Официальный сайт]. – URL: https://www.miet.ru/news/174165

3. Основы современного управления : теория и практика / Под ред.: А. Т. Алиева, В. Н. Боробова. – М. : Дашков и К, 2023. – 526 с.

4. Модель VUCA: как процветать в хаосе? // Skillbox Media. – URL: https://skillbox.ru/media/management/model-vuca-kak-protsvetat-v-khaose.

Определение потребности в персонале сферы ЖКХ

А. А. Васильева
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент С. М. Ильченко

В рамках мониторинга рынка труда в жилищно-коммунальном хозяйстве (ЖКХ) России за 2022–2024 годы, проведенного для отчета о работе Совета по профессиональным квалификациям в ЖКХ за 2024 год, было установлено, что в этой отрасли занято 5,6 % всех трудовых ресурсов страны. Среднегодовая численность работников ЖКХ достигла 2,96 миллиона человек [4].

Выборочное исследование структуры и списочной численности сотрудников организаций ЖКХ, проведенное общероссийскими отраслевыми ассоциациями и объединениями работодателей в 2023 году, показало следующее распределение: руководители организаций и их структурных подразделений составили 10,8 % от общего числа работников, специалисты высшего уровня квалификации – 8,7 %, специалисты среднего уровня квалификации – 16,2 %, квалифицированные рабочие – 49,5 %, а неквалифицированные рабочие – 13,8 % [6].

Анализ профессионального уровня работников отрасли выявил следующую структуру образовательного фона: высшее образование представлено у 21,9 % респондентов, среднее профессиональное – у 22,1 %, начальное профессиональное – у 28,4 %, среднее общее образование – у 27,3 %. Примечательно, что профильное образование, непосредственно связанное с их профессиональной деятельностью, имеют не более 30 % сотрудников. Это свидетель-

ствует о том, что значительная часть работников отрасли не обладает специализированной подготовкой, соответствующей требованиям их профессиональной деятельности.

В современных условиях сфера ЖКХ сталкивается с кризисными явлениями и развитием рыночных отношений в экономике России. Эти факторы предъявляют повышенные требования к кадровому потенциалу отрасли. Важным аспектом является подготовка, переподготовка и независимая оценка квалификации персонала предприятий.

Проблемы кадрового обеспечения в сфере ЖКХ имеют первостепенное значение, так как от качества работы сотрудников зависит уровень предоставляемых услуг и удовлетворенность населения. В России традиционно человек рассматривался как второстепенный элемент производства. Однако в современных системах управления персоналом работник становится ключевым ресурсом и ценностью для предприятия. Поэтому необходимо разработать новые подходы к управлению персоналом. Одним из таких инновационных подходов может стать маркетинг персонала.

Маркетинг персонала представляет собой метод управления, направленный на долгосрочное обеспечение компаний человеческими ресурсами. В общем смысле этот подход рассматривается как стратегия, ориентированная на будущее, включающая рыночные принципы, способы мышления и действия, которые учитывают потребности и интересы как текущих, так и потенциальных сотрудников. Это стимулирует их активное участие в конкурсах на замещение вакансий в компаниях.

Рассмотрим подробнее основные проблемы маркетинга персонала в сфере ЖКХ и причины их возникновения. Анализ представлен в таблице.

Исходя из этого, можно выделить основные задачи, которые должен решать маркетинг персонала в сфере жилищно-коммунального хозяйства:

– обеспечить отрасль качественными и высокопрофессиональными кадрами, соответствующими потребностям предприятий;

– создать условия труда, которые будут стимулировать производственную активность сотрудников;

– мотивировать персонал и формировать новое отношение к работе в сфере ЖКХ [5, с. 92].

Проблемы маркетинга персонала в сфере ЖКХ

Проблема	Причина
Дефицит кадров	В 1990-е годы прекратила свое существование система профессиональных учебных заведений, таких как ПТУ и техникумы, которые готовили специалистов начального и среднего уровня. В сфере ЖКХ отсутствуют государственный заказ на подготовку кадров, профессиональные стандарты, механизмы персонификации ответственности, сертификации и аттестации сотрудников, а также системная работа с молодыми специалистами. Методика обучения студентов в профильных вузах не соответствует современным требованиям, не организован процесс закрепления специальных навыков, а количество часов, отведённых на производственную практику, недостаточно
Отсутствие престижа рабочей профессии в ЖКХ	Низкий уровень заработной платы в сфере ЖКХ; Отсутствие положительного имиджа работника жилищно-коммунальной сферы в общественном сознании
Недостаточная мотивация в качественном оказании услуг	Отсутствие возможностей для профессионального роста и продвижения по карьерной лестнице; уровень заработной платы не зависит от качества предоставляемых услуг; отсутствие дополнительных стимулов, гарантий и льгот, а также поддержки

Жилищно-коммунальные услуги являются основой системы жизнеобеспечения населения. Их качество напрямую влияет на удовлетворённость потребителей, а также на экономическую эффективность и устойчивость предприятий ЖКХ. Для обеспечения высокого уровня предоставления ЖКУ необходимо не только рационально использовать ресурсы, но и постоянно повышать квалификацию сотрудников, внедряя современные методики управления человеческими ресурсами, включая маркетинг персонала.

Система управления качеством в сфере жилищно-коммунальных услуг должна быть направлена на удовлетворение потребностей клиентов и защиту интересов поставщиков услуг. Важно, чтобы услуги оказывались качественно, эффективно и с минимальными затратами, а также чтобы минимизировались риски, связанные с безопасностью труда, финансовыми санкциями, утратой репутации и, как следствие, лицензий.

В организациях, предоставляющих жилищно-коммунальные услуги, маркетинг персонала играет ключевую роль в поддержании высокого уровня профессионализма и компетентности сотрудников. Для этого необходимо разрабатывать и внедрять стратегии по привлечению, развитию и удержанию квалифицированных специалистов, а также регулярно оценивать эффективность работы персонала на всех уровнях компании.

Для эффективного функционирования системы жилищно-коммунальных услуг (ЖКУ) необходимо, чтобы предоставляемые услуги соответствовали следующим требованиям:

1. Полное удовлетворение потребностей и запросов пользователей.

2. Соответствие техническим стандартам, нормативам и условиям соглашений.

3. Установление экономически обоснованных тарифов на услуги.

4. Обеспечение доступности услуг для потребителей и экономической целесообразности для поставщиков.

Подготовка требований к персоналу включает формулирование представлений о необходимых качествах сотрудников, таких как мотивация, профессиональные умения и квалификация. Это основано на анализе штатного расписания, текущих и перспективных потребностей в должностях и рабочих местах.

Определение потребности в персонале является ключевым элементом маркетинга персонала и включает оценку как количественных, так и качественных параметров. Качественная потребность в персонале определяется по профессиям, категориям и уровню квалификации. Для расчета качественной потребности используются данные о требованиях к должностям и рабочим местам, зафиксированные в должностных инструкциях и описаниях рабочих мест, а также информация о профессионально-квалификационном делении работ, отраженная в производственно-технологической документации [10, с. 32].

Для детерминации совокупной потребности в кадровых ресурсах необходимо осуществить интеграцию количественных требований, структурированных по различным качественным параметрам. Процедура расчета качественной потребности должна сопровождаться синхронным определением численного состава персонала по каждому из данных критериев.

Рассмотрим основные методы расчета количественной потребности в персонале. Общую потребность в персонале можно рассчитать по формуле:

$$P_{ОБЩ} = P_{БАЗ} + P_{ДОП},$$

где $P_{БАЗ}$ – базовая потребность, которую определяет объем производства. $P_{ДОП}$ – дополнительная потребность.

$$P_{БАЗ} = \frac{U_n}{N_o},$$

где $P_{БАЗ}$ – базовая потребность в количестве сотрудников; U_n – объем производства, т. е. объем произведенной продукции (услуг, работ); N_O – норма обслуживания на 1 работника.

При определении численности работников в сфере жилищно-коммунального хозяйства важно учитывать не только количественные, но и качественные аспекты. Качественная потребность в данном контексте определяется следующими ключевыми показателями:

• Наличие профильного образования или специализированной подготовки, соответствующей требованиям профессиональной деятельности в области ЖКХ.

• Наличие практического опыта работы в жилищно-коммунальной сфере, подтверждающего сформированные профессиональные компетенции.

• Профессиональный разряд, отражающий уровень квалификации и профессионализма работника.

• Знание нормативно-правовой базы, включая приказы, постановления, распоряжения и другие документы, регулирующие деятельность жилищно-коммунальных организаций [9, с. 172].

Владение нормами технической эксплуатации жилищного фонда, а также правилами охраны труда, техники безопасности и противопожарной защиты, что является критически важным для обеспечения безопасной и эффективной работы.

Общая потребность в управленческом персонале и специалистах определяется исходя из сложности возложенных на них функций, уровня автоматизации производственных процессов и типового штатного расписания, принятого на конкретном предприятии. В условиях отсутствия детализированных планов развития сферы ЖКХ для прогнозирования потребности в специалистах на пер-

спективу применяется метод расчета коэффициента насыщенности, который позволяет оценить текущую обеспеченность кадрами и выявить потенциальные дефициты.

$$K_H = \frac{N_C}{1000\ работников\ ЖКХ},$$

где N_C – число специалистов.

В условиях высокой текучести кадров и нестабильной ситуации в жилищно-коммунальной сфере традиционные методы оценки потребности в персонале часто оказываются недостаточно эффективными.

Одним из перспективных подходов к решению этой проблемы является метод экспертных оценок, который основывается на профессиональном мнении специалистов отрасли. В роли экспертов могут выступать руководители управляющих компаний, председатели товариществ собственников жилья, бригадиры или менеджеры по персоналу – в зависимости от масштаба оцениваемого объекта (отдельного подразделения или всей организации).

Процесс экспертной оценки включает детальный анализ различных сценариев и достижение консенсуса среди участников. Для определения потребности в персонале небольшого подразделения может быть задействован один эксперт, например, непосредственно его руководитель [7, с. 57]. Для долгосрочного прогнозирования потребностей или анализа ситуации в нескольких подразделениях рекомендуется создать экспертный совет. В него должны войти специалисты разных уровней управления, включая бригадиров, начальников смен, а также руководителей управляющих компаний и товариществ собственников жилья.

Эффективность этого подхода зависит от высокой квалификации и значительного опыта участников совета в жилищно-коммунальной отрасли. Несмотря на субъективность экспертной оценки, ключевым преимуществом метода является его экономичность по сравнению с другими способами исследований.

Таким образом, для успешного управления персоналом в сфере жилищно-коммунальных услуг необходим всесторонний подход, включающий разработку стратегий по привлечению кадров, оценку текущих потребностей и внедрение эффективных механизмов их удовлетворения. Метод экспертных оценок является важным инструментом для прогнозирования потребности в кад-

рах в условиях высокой неопределенности и постоянных изменений в жилищно-коммунальной сфере. Такой подход способствует не только повышению качества предоставляемых услуг, но и обеспечению устойчивого развития предприятий ЖКХ в условиях рыночной конкуренции.

Библиографический список

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 08.08.2024, с изм. от 22.11.2024) // КонсультантПлюс. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683.

2. Постановление Правительства РФ от 10.04.2023 № 580 «О разработке и утверждении профессиональных стандартов» (вместе с «Правилами разработки и утверждения профессиональных стандартов») // КонсультантПлюс. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_444431/92d969e26a4326c5d02fa79b8f9cf4994ee5633b.

3. Приказ Минтруда России от 12.04.2013 № 148н «Об утверждении уровней квалификации в целях разработки проектов профессиональных стандартов» (Зарегистрировано в Минюсте России 27.05.2013 N 28534) // КонсультантПлюс. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_146970/639aff39639f07ee88afccc0383ce46674bb7458.

4. Приказ Минстроя и ЖКХ РФ от 25.04.2022 г. № 240/пр «О создании межведомственной рабочей группы по разработке проекта Стратегии развития жилищно-коммунального хозяйства РФ на период до 2035 года» // Минстрой России [Официальный сайт]. – URL: https://www.minstroyrf.gov.ru/docs/18298.

5. Борисова, Е. А. Управление персоналом для современных руководителей / Е. А. Борисова. – СПб. : Питер, 2023. – 444 с.

6. Кадровая проблема в сфере жилищно-коммунального хозяйства // Вычислительный центр ЖКХ. – URL: https://www.gkh-altai.ru/all-news/kadrovaya-problema-v-sfere-zhilishhno-kommunalnogo-xozyajstva-na-segodnyashnij-den-stoit,-pozhaluj,-ostree,-chem-v-lyuboj-drugoj-otrasti-ekonomiki%C2%A0rossii2.html.

7. Саркисян, А. А. Аспекты функционирования и тенденции развития жилищно-коммунального хозяйства и его основных элементов / А. А. Саркисян // Инженерный вестник Дона, 2025, №1. С. 57

8. Управление персоналом организации / под ред. А. Я. Кибанова. – М. : ИНФРА-М, 2022. – 695 с.

9. Черняк, В. З. Жилищно-коммунальное хозяйство: развитие, управление, экономика / В. З. Черняк. – М. : КноРус, 2008. – 391 с.

10. Шапиро, С. А. Инновационные подходы к процессу управления персоналом организации / С. А. Шапиро. – М. : РХТУ им Д.И. Менделеева, 2021. – 169 с.

Управление адаптацией персонала в медицинских учреждениях

А. В. Гурина
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – д-р полит. наук, профессор О. В. Волох

В современных условиях вопросы построения системы управления персоналом приобретают особую значимость и являются предметом исследования различных отраслей научного знания. Особое значение данная деятельность имеет в системе управления учреждениями здравоохранения поскольку от их функционирования зависит не только обеспеченность высококвалифицированными кадрами, но и оказание качественных медицинских услуг населению в рамках реализации национальных стратегических планов в сфере здравоохранения. Для достижения высоких результатов необходима эффективная программа мотивации сотрудников, что снова обусловливает необходимость наличия системы управления персоналом.

Как отмечают исследователи сегодня значительно меняется система мотивации персонала, а решающим фактором конкурентоспособности является именно человеческий потенциал [2]. Процесс управления адаптацией персонала неразрывно связано с процессом управления персоналом, сложность которого заключается как в проецировании организационного поведения, так и в обеспечении должных условий труда для создания положительного социально-психологического климата в коллективе компании, корпоративной культуры, снижения числа дисциплинарных нарушений [5, с. 10].

Если обратиться к теоретическим исследованиям проблем адаптации, то можно сказать, что авторы уделяют внимание таким аспектам данной темы как: понятие адаптации, система адаптации, эффективность адаптации.

Так, например, определение адаптации, отражающее его сущность и характерные признаки представлено в работе А. Я. Кибанова: «Адаптация – это взаимное приспособление работника и организации, основывающееся на постепенной врабатываемости сотрудника в новых профессиональных, социальных и организационно-экономических условиях труда» [1, с. 46].

В определении говорится о взаимоприспособлении сотрудника и организации: с одной стороны работник включается в организацию со своими ценностями, нормами и требованиями к условиям трудовой деятельности; с другой – работник входит в уже устоявшуюся среду, которая выражается корпоративной культурой, характеристиками труда и иными аспектами, которые должен усвоить адаптант.

Адаптация персонала происходит на основе использования различных подходов: инструктаж (разъяснение и демонстрация приемов трудовой деятельности на конкретном рабочем месте); ротация (работник самостоятельно обучается посредством его вмененного перемещения на другую должность, благодаря чему получает новые навыки); коучинг/наставничество (наставник с помощью правильно задаваемых вопросов («эффективных вопросов») помогает сотруднику самостоятельно раскрыть в себе потенциал на благо организации); самостоятельное обучение (самый простой метод, при котором от организации требуется только предоставить материалы для обучения, систематически проводить беседы с сотрудником, а от сотрудника – готовность к развитию)[6, с. 25].

Также в процессе адаптации сотрудников медицинских учреждений необходимо использовать такой подход как рассмотрение практических ситуаций (кейсов) (позволяет раскрыться потенциалу сотрудника; сотрудник имеет возможность, в ходе обсуждения, получить новые навыки и знания от новых коллег) [3, с. 9].

Учитывая множество подходов, следует внимательно подходить к их использованию на практике, с учетом особенностей каждой конкретной организации. Это связано с тем, что процесс адаптации в организации может содержать ошибки, приводящие к неприятию корпоративной культуры, этики, самой организации. Как отмечает А. Д. Гольменко, нарушение адаптации медицинского персонала может привести к таким явлениям, как синдром профессионально-психологической дезадаптации и синдром профессионального выгорания. В связи с этим можно отметить высокую важность грамотно построенного процесса управления адаптацией медицинских работников [4, с. 55].

Рассмотрим процесс управления персоналом на примере БУЗОО «Клинический кожно-венерологический диспансер». В данном медицинском учреждении процесс управления персоналом, в том числе по вопросам, связанным с адаптацией персонала, как и в

других российских больницах, курирует кадровая служба. Кадровые службы в учреждениях здравоохранения, как правило, не являются ни методическим, ни информационным, ни координирующим центром кадровой работы. Работа с новыми сотрудниками ведется медперсоналом, который представлен опытными работниками, давно работающими в конкретной больнице. В силу того, что практически в каждом медицинском учреждении наблюдается нехватка и перегрузка медицинских работников, новые работники вынуждены самостоятельно узнавать тонкости работы учреждения.

Основные проблемы процесса управления адаптацией персонала и возможные пути их решения в БУЗОО «Клинический кожно-венерологический диспансер» отражены в табл. 1.

Таблица 1 – Проблемы процесса управления адаптацией персонала и возможные пути их решения в БУЗОО «Клинический кожно-венерологический диспансер»

Проблема	Пути решения
Отсутствие системы поощрения новых сотрудников	Поощрение пяти новых сотрудников, которые прибывают в организацию, еженедельно проездными талонами на маршрутное такси и автобусы, чтобы минимизировать их затраты на проезд до места работы
Неэффективный процесс знакомства с предприятием	Сотрудник по адаптации персонала
Отсутствие мотивации новых сотрудников оставаться в компании	Поощрение новых сотрудников подарками по случаю профессиональных и некоторых государственных праздников
Многоэтапность процесса отбора персонала	Рекомендуется сократить отбор персонала до двух этапов. На первом этапе собеседование будет проводить специалист по подбору персонала из отдела кадров, и после утверждение определенного количества кандидатов на разные или смежные должности будет организована кадровая комиссия, в которую войдут непосредственные руководители кандидатов и генеральный директор, и проведено окончательное собеседование, где будет принято решение о приеме кандидата на работу

По результатам проведенного исследования была разработана адаптационная программа для сотрудников БУЗОО «Клинический кожно-венерологический диспансер», основные этапы и содержание программы отражены в табл. 2.

Таблица 2 – Адаптационная программа сотрудников БУЗОО «Клинический кожно-венерологический диспансер»

Период	Мероприятия
1 день	Ознакомление специалиста с графиком работы, должностной инструкцией, нормами охраны труда, положениями об оплате труда и премировании, привлечении к дисциплинарной ответственности Представление сотрудника начальнику и работникам отдела, службам, непосредственно связанным в процессе деятельности Проведение экскурсии по территории предприятия
2 день	Предоставление списка контактных телефонов и сведений о начальниках структурных подразделений Непосредственное ознакомление с рабочими документами
3–20 дни	Работа под руководством начальника отдела и куратора Оценка способностей специалиста и его взаимоотношений с коллегами
21–30 дни	Выполнение обязанностей самостоятельно. Оценка профессиональных способностей, внимательности, манеры поведения в коллективе Принятие окончательного решения о дальнейшем сотрудничестве по итогам испытательного срока Ответственный за проведение программы – начальник отдела

В ходе адаптации должна поддерживаться связь руководителя с новым работником. Это необходимо для того, чтобы в нужный момент была оказана помощь в рамках его компетенции.

Для решения проблемы предоставления недостаточного объема информации по имеющимся вакансиям предлагается совершенствовать процесс отбора персонала в БУЗОО «Клинический кожно-венерологический диспансер» путем повышения качества проведения собеседования. Сотрудник отдела кадров, на которого будут возложены обязанности на данной должности, должен быть коммуникабельным и приветливым, улыбчивым и образованным, а также всегда готовым помочь кандидату.

Разработка и реализация эффективной модели адаптации обеспечит достижение предприятием таких конкурентных преимуществ: комплексное обучение персонала без отрыва от произ-

водства в процессе реализации стратегии; обмена информацией и опытом между подразделениями предприятия; ликвидация несогласованности в работе подразделений в процессе реализации стратегии предприятия; экономия времени на поиск необходимой информации для решения конкретных ситуаций; более быстрая и гибкая адаптация персонала к условиям работы; повышение лояльности работников благодаря формированию единой корпоративной культуры; усиление единства персонала как команды и т. д.

Таким образом, в настоящее время медицинским учреждениям необходимо уделять важное место работе с персоналом, в частности социально-психологическому ее аспекту, который содержит и адаптацию новых сотрудников.

Библиографический список

1. Александрова, А. А. Библиографический анализ понятия процесса адаптации / А. Александрова, Е. В. Дорожкина // Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы. – 2016. – № 1. – С. 45–46. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/bibliograficheskiy-analiz-ponyatiya-protsessa-adaptatsii-personala.

2. Болдырева, Э. Э. Развитие системы управления организацией и адаптация систем управления персоналом / Э. Э. Болдырева, В. М. Джуха // Учет и статистика. – 2024. – Т. 21, № 1 (21). – С. 94–102. – DOI: 10.54220/1994-0874.2024.44.62.010.

3. Быкова, Е. А. Совершенствование системы адаптации персонала в организации / Е. А. Быкова, Г. А. Безносов // Молодёжь и наука. – 2016. – № 5. – с. 20. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=27252058&ysclid=mtdbmtu17u462218293.

4. Гольменко, А. Д. Профессионально-психологическая адаптация медицинских работников / А. Д. Гольменко, В. П. Ильин, В. А. Хаптанова, Е. Л. Выговский // Байкальский медицинский журнал (Иркутск). – 2016. – Т. 141, № 2. – С. 56–58. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/professonalno-psihologicheskaya-adaptatsiya-meditsinskih-rabotnikov.

5. Олейникова, А. А. Адаптация персонала как фактор эффективного управления / А. А. Олейникова // Научный вестник Волгоградской академии государственной службы. Серия: экономика. – 2014. – № 1 (11). – С. 103–105. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23696402&ysclid=mtdbvpbn70818594340.

6. Климашин, И. А. Адаптация: методика, технология, опыт / И. А. Климашин // Справочник по управлению персоналом. – 2014. – № 10. – С. 23–26.

Традиционные и инновационные подходы к организации внутрифирменного обучения персонала

А. К. Зауирбекова
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – д-р полит. наук, профессор О. В. Волох

В условиях стремительных изменений технологической, экономической и социальной среды внутрифирменное обучение персонала приобретает стратегическое значение для организаций, стремящихся обеспечить устойчивость, конкурентоспособность и адаптивность к внешним вызовам. Современные предприятия функционируют в условиях цифровизации, усложнения производственных процессов, трансформации моделей занятости и роста требований к профессиональным компетенциям работников. В этих условиях традиционные формы корпоративного обучения – инструктажи, стажировки, семинары, курсовая подготовка – сохраняют свою значимость, но уже недостаточны для формирования гибких, динамично обновляемых компетенций, отвечающих вызовам XXI века.

Параллельно наблюдается активное развитие инновационных подходов к внутрифирменному обучению, основанных на интеграции цифровых технологий, интерактивных методов и персонализированных образовательных траекторий. Компании внедряют электронные обучающие платформы, корпоративные обучающие порталы, технологии VR и AR, смешанное обучение, адаптивные учебные программы, основанные на анализе больших данных. Инновационные инструменты позволяют сделать обучение непрерывным, доступным, более практико-ориентированным, обеспечивающим высокий уровень вовлеченности сотрудников.

Тем не менее, несмотря на широкий спектр доступных технологий и методических решений, многие организации сталкиваются с проблемами разработки эффективной модели внутрифирменного обучения, которая бы сочетала проверенные практикой традиционные подходы с инновационными форматами, учитывала специфику деятельности, корпоративную культуру и уровень готовности персонала к изменениям. Возникает необходимость сравнения, ин-

теграции и научного анализа различных подходов к организации обучения в современных условиях.

Теоретический и практический интерес к данной проблематике обусловлен тем, что внутрифирменное обучение является важным элементом системы управления персоналом, влияющим на развитие человеческого капитала, повышение производительности труда, формирование кадрового резерва и обеспечение инновационного развития организации. В этой связи исследование традиционных и инновационных подходов к организации корпоративного обучения представляет значимость как для научного сообщества, так и для практиков в сфере управления персоналом.

Проблематика внутрифирменного обучения персонала занимает заметное место в современной научной литературе, при этом исследователи едины во мнении, что существующие подходы к организации обучения могут быть разделены на две крупные группы: **традиционные** и **инновационные**. Такая классификация встречается в работах как российских, так и зарубежных авторов, что свидетельствует о ее универсальности и применимости к различным типам организаций и формам корпоративного развития.

Согласно А. Н. Самоличенко, система обучения персонала традиционно строилась на основе формального профессионального образования, инструктажей, курсов повышения квалификации и стажировок, которые выполняли функцию восполнения знаний и поддержания профессиональной компетентности работников [1]. Исследователь отмечает, что традиционные методы обучения обладают стабильностью, нормативной определённостью и высокой воспроизводимостью, что делает их востребованными в организациях с устойчивыми производственными процессами. Однако, по мнению автора, современные вызовы требуют сочетания данных методов с инновационными формами, которые обеспечивают более высокую гибкость и адаптивность программы обучения.

Похожей точки зрения придерживаются О. В. Маркова и А. Б. Конобеева, которые в своём учебно-методическом пособии подчёркивают, что традиционные методы (лекции, семинары, инструктажи, практические занятия) имеют значительный потенциал при условии их правильной структуризации и адаптации под конкретные категории персонала [2]. Авторы отмечают, что традиционные подходы в большей степени ориентированы на передачу

информации, в то время как инновационные формы нацелены на формирование компетенций, развитие критического мышления и вовлечённости работников.

В учебном пособии Н. В. Разновой и И. А. Цветочкиной также проводится разграничение традиционных и инновационных подходов к обучению персонала. Согласно исследователям, традиционная система обучения основана на линейной модели передачи знаний от преподавателя к обучаемому, тогда как инновационные технологии предполагают интерактивность, самостоятельность обучающегося и использование цифровых инструментов [3]. Авторы подчёркивают, что инновационные подходы эффективны в условиях быстроменяющейся среды, поскольку позволяют быстрее обновлять компетенции работников.

Значительный вклад в анализ современных подходов к корпоративному обучению внесен Л. Н. Ивановой и К. М. Салатовой, которые исследуют модели обучения на промышленных предприятиях. Авторы отмечают, что традиционные формы сохраняют своё значение на производстве, где необходимо строгое соблюдение технологических стандартов и правил охраны труда, однако инновационные методы, такие как модульное обучение, электронные платформы и производственные симуляторы, позволяют значительно повысить качество подготовки сотрудников [4].

По мнению О. А. Динуковой, обучение персонала в системе управления организацией должно рассматриваться как стратегический ресурс, который сочетает в себе как классические формы подготовки работников, так и современные цифровые инструменты обучения [5]. Исследователь подчёркивает, что инновационные подходы – дистанционные технологии, онлайн-курсы, индивидуальные образовательные траектории – позволяют сделать обучение более непрерывным и доступным.

М. А. Довлетмурзаева в своей работе выделяет широкий спектр методов обучения, разделяя их на традиционные (наставничество, лекции, инструктажи) и инновационные (кейс-методы, тренинги, деловые игры, электронное обучение, симуляционные технологии). Автор отмечает, что инновационные формы направлены на повышение вовлечённости сотрудников, развитие практических навыков и моделирование реальных производственных ситуаций, что делает их особенно востребованными в современных организациях [6].

Анализ научных источников позволяет сделать вывод, что в современной научной и учебной литературе сложилось устойчивое представление о необходимости сочетания традиционных и инновационных подходов в системе внутрифирменного обучения персонала. Традиционные методы обеспечивают фундаментальность, стандартизированность и формальную закрепленность обучения, тогда как инновационные формы позволяют обеспечить гибкость, интерактивность, персонализацию и высокую практическую направленность обучения. Современные исследования подчеркивают, что именно интеграция двух подходов позволяет построить эффективную систему корпоративного развития, способную отвечать требованиям быстро меняющейся социально-экономической среды.

В результате проведенного анализа традиционных и инновационных подходов к организации внутрифирменного обучения была составлена сводная таблица, отражающая ключевые преимущества и недостатки методов развития персонала. Таблица позволяет наглядно сравнить используемые в организациях инструменты, оценить их эффективность и определить возможности интеграции традиционных и инновационных технологий в единую систему корпоративного обучения.

Ключевые преимущества и недостатки методов развития персонала

Метод	Преимущества	Недостатки
Традиционные методы		
Лекции и семинары	Стандартизированная подача материала; возможность обучения больших групп; передача теоретических знаний	Ограниченная практическая направленность; низкая вовлеченность; отсутствие индивидуального подхода
Наставничество (классическое)	Передача опыта профессионала; развитие практических навыков; постоянная обратная связь	Риск низкой компетентности наставника; зависимость от личностных качеств; слабая масштабируемость
Инструктажи на рабочем месте	Обучение в реальной среде труда; снижение ошибок новичков; высокая прикладная ценность	Узкая направленность; отсутствие комплексного развития; отвлечение опытных сотрудников

Окончание таблицы

Метод	Преимущества	Недостатки
Традиционные методы		
Курсы повышения квалификации	Официальная сертификация; структурированность программ; обучение у внешних экспертов	Высокая стоимость; отрыв от работы; длительность обучения
Инновационные методы		
Коучинг	Поддержка тренера; передача опыта; развитие стратегического и творческого мышления	Риск низкой квалификации коуча; слабая мотивация обучаемого; ограниченная групповая применимость
E-learning	Гибкость; обучение в удобное время; обновляемый цифровой контент	Недостаток живого взаимодействия; требования к цифровой грамотности; низкая вовлечённость
Кейс-стади	Развитие критического мышления; приближение к реальным ситуациям; активность обучаемых	Зависимость от качества кейса; требование к ведущему; трудности у неопытных участников
Secondment	Получение межфункционального опыта; развитие гибкости; расширение компетенций	Стресс и адаптация; организационные затраты; временное снижение эффективности
Баскет-метод	Развитие управленческих навыков; моделирование реальных ситуаций; высокая диагностическая ценность	Сложность подготовки; субъективность оценки; ограниченное применение
Неформальное цифровое обучение	Быстрое получение знаний; высокая вовлеченность; низкая стоимость	Фрагментарность информации; отсутствие контроля качества; трудности систематизации
Геймификация	Повышение мотивации; вовлечение через игровые механики; развитие навыков в симуляциях	Риск несерьезного восприятия; необходимость инвестиций; ограниченная применимость

Проведенное исследование позволило выявить ключевые особенности, преимущества и ограничения традиционных и инновационных подходов к внутрифирменному обучению персонала.

Анализ научной литературы показал, что традиционные методы обучения сохраняют свою значимость благодаря структурированности, нормативной определенности и воспроизводимости, однако они недостаточно отвечают требованиям динамично меняющейся профессиональной среды и не обеспечивают необходимого уровня гибкости. Инновационные методы, напротив, ориентированы на индивидуализацию, интерактивность, практическую направленность и использование цифровых технологий, что делает их более соответствующими современным запросам организаций.

Составленная сводная таблица продемонстрировала, что максимальная эффективность системы корпоративного обучения достигается при интеграции обеих групп методов, позволяющей сочетать фундаментальность традиционных форм с высокой адаптивностью и вовлечённостью, присущими инновационным технологиям. Такой подход обеспечивает комплексное развитие человеческого капитала, способствует формированию актуальных компетенций и повышает конкурентоспособность организации в условиях цифровой трансформации. Исследование подтверждает необходимость стратегического и системного подхода к организации внутрифирменного обучения, включающего анализ потребностей персонала, подбор адекватных методов, внедрение цифровых инструментов и регулярную оценку результатов обучения.

Библиографический список

1. Самоличенко, А. Н. Теоретические основы организации системы обучения персонала / А. Н. Самоличенко // Вестник науки. – 2024. – Т. 3, № 3 (72). – С. 134–146.

2. Маркова, О. В. Развитие и обучение персонала : учебно-методическое пособие / О. В. Маркова, А. Б. Конобеева. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 160 с.

3. Разнова, Н. В. Управление персоналом : учебное пособие / Н. В. Разнова, И. А. Цветочкина. – Красноярск : СФУ, 2020. – 148 с.

4. Иванова, Л. Н. Организация корпоративного обучения персонала на промышленном предприятии / Л. Н. Иванова, К. М. Салатова // Экономика, экология и общество России в 21-м столетии. – 2021. – Т. 1, № 1. – С. 132–138.

5. Динукова, О. А. Обучение персонала в системе управления организацией / О. А. Динукова // Наука XXI века: актуальные направления развития. – 2022. – № 1-1. – С. 286–289.

6. Довлетмурзаева, М. А. Методы обучения персонала в современных организациях / М. А. Довлетмурзаева // ФГУ Science. – 2023. – № 1 (29). – С. 49–53.

Совершенствование системы оценки персонала в организации

А. Б. Идрышев
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент С. М. Ильченко

Оценка персонала является одним из ключевых инструментов системы управления человеческими ресурсами, обеспечивающим организацию достоверной информацией о профессиональном уровне сотрудников, их потенциале и соответствии занимаемым должностям. Эффективная система оценки позволяет не только определить сильные и слабые стороны работников, но и выстраивать индивидуальные траектории развития, повышая общую результативность деятельности организации.

В условиях цифровизации экономики и перехода к компетентностному подходу к управлению персоналом возникает необходимость модернизации традиционных методов оценки, ориентированных преимущественно на административные и формальные показатели. Для государственных учреждений эта задача имеет особую актуальность, поскольку эффективность их работы напрямую зависит от профессионализма и компетентности сотрудников.

Современная система оценки персонала представляет собой совокупность методов, процедур и инструментов, направленных на определение уровня профессиональной компетентности и эффективности труда работников. Она включает количественные показатели (результаты работы, соблюдение сроков, выполнение планов) и качественные (коммуникативные навыки, креативность, ответственность, способность к саморазвитию) [1].

В организациях нередко наблюдаются проблемы, связанные с формальным подходом к оценке. Часто процедуры оценки выполняются формально, без последующего анализа и использования полученных данных. В результате система не выполняет своих управленческих функций и не способствует развитию персонала [2].

Для повышения эффективности системы оценки персонала важно применять комплексный подход, включающий сочетание

различных методов: анкетирование, собеседование, самооценку, экспертную оценку, а также использование инструментов 360 градусов [3]. Последний метод особенно эффективен, поскольку позволяет получить объективную информацию о сотруднике с разных уровней – от руководителя, коллег и подчинённых.

Неотъемлемой частью совершенствования системы оценки является внедрение цифровых инструментов [4]. Использование автоматизированных HR-платформ, электронных оценочных листов и аналитических панелей позволяет повысить прозрачность, снизить субъективность и упростить обработку данных. Кроме того, цифровизация обеспечивает накопление статистической информации, необходимой для стратегического планирования и прогнозирования потребностей в кадрах.

Важным направлением является интеграция системы оценки с программами обучения и развития [4]. Результаты оценки должны использоваться для планирования повышения квалификации, формирования кадрового резерва и стимулирования карьерного роста [6]. Таким образом, система оценки становится не только инструментом контроля, но и механизмом мотивации персонала.

Для государственных учреждений, включая РГКП «Центр судебных экспертиз» Министерства юстиции Республики Казахстан, особое значение имеет объективность оценки, основанная на прозрачных критериях. В этих организациях целесообразно внедрение моделей компетенций, которые отражают профессиональные, этические и управленческие стандарты, предъявляемые к сотрудникам экспертного профиля [7]. Регулярная оценка на основе компетенций позволяет выстраивать индивидуальные планы профессионального развития и формировать высококвалифицированный кадровый потенциал [8].

Результаты исследования. В ходе анализа выявлено, что большинство организаций сталкиваются с рядом трудностей при реализации системы оценки персонала. Основными из них являются недостаточная информированность руководителей о современных методах оценки, отсутствие единой системы показателей, слабая связь между результатами оценки и системой мотивации.

Для решения данных проблем рекомендуется внедрять комплексную модель оценки, включающую:

– разработку прозрачных критериев и показателей оценки;

– внедрение регулярной аттестации и обратной связи;

– использование цифровых инструментов анализа данных;

– интеграцию результатов оценки в систему мотивации и обучения персонала.

Применение таких подходов способствует формированию культуры ответственности, развитию профессиональных компетенций и повышению эффективности управленческих решений.

Заключение. Совершенствование системы оценки персонала является неотъемлемой частью развития кадрового потенциала организации. Эффективная система оценки обеспечивает основу для принятия управленческих решений, связанных с обучением, развитием и мотивацией сотрудников. В условиях цифровизации особое значение приобретает использование инновационных методов и технологий, обеспечивающих прозрачность и объективность оценки.

Постоянное совершенствование кадровых процессов, основанных на принципах научного анализа и системного подхода, позволит организациям, включая государственные учреждения, повысить эффективность работы и качество предоставляемых услуг.

Библиографический список

1. Гладков, В. А. Управление персоналом: современные технологии / В. А. Гладков. – Москва : Инфра-М, 2022. – 320 с.

2. Кибанов, А. Я. Оценка и развитие персонала / А. Я. Кибанов. – Москва : Юрайт, 2021. – 201 с.

3. Мескон, М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – Москва : Дело, 2020. – 704 с.

4. Armstrong, M. A Handbook of Human Resource Management Practice / M. Armstrong. London : Kogan Page, 2022. 667 p.

5. Реброва, Е. А. Современные методы оценки персонала в организациях / Е. А. Реброва. – Санкт-Петербург : Питер, 2023. – 288 с.

6. Базаров, Т. Ю. Управление человеческими ресурсами: теория и практика / Т. Ю. Базаров. – Москва : Проспект, 2020. – 352 с.

7. Storey, J. Human Resource Management: A Critical Text / J. Storey. – London : Routledge, 2021. 480 p.

8. Шапиро, С. А. Система мотивации и оценки персонала / С. А. Шапиро. – Москва : Академия, 2023. – 224 с.

Экономическая целесообразность проекта по созданию мусороперерабатывающего комплекса в городе Омске

М. М. Искаков
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент А. И. Ридченко

Расчет показателей эффективности позволяет сделать вывод об эффективности и целесообразности реализации бизнес-проекта по созданию мусороперерабатывающего комплекса в г. Омске.

Чистая приведенная стоимость проекта при заданных ставках дисконтирования здесь больше нуля, индекс прибыльности превышает 1 (табл. 1).

Таблица 1 – Расчет показателей эффективности проекта

Наименование показателя	При R = 16	При R =18
Чистая приведенная стоимость проекта тыс. руб.	22283,196	9669,66
Дисконтируемый период окупаемости вложенных средств, лет	6,8	более 7 лет
Индекс прибыльности	1,11	1,05
Внутренняя норма доходности, %	19,53%	

Внутренняя норма доходности R выше предложенной ставки кредитования (19,53 % > 18 %), поэтому можно позволить себя взять кредит под такую процентную ставку.

Бюджет проекта составлен из расчета, что выпуску продукции будут предшествовать работы, и связанные с ними затраты на строительство, приобретение и вывоз оборудования, монтаж и пусконаладку.

Подробный график освоения инвестиций в процессе реализации данного инвестиционного проекта представлен в табл. 2.

Таблица 2 – График освоения инвестиций, тыс. руб.

Проектирование мусороперерабатывающего комплекса	1600	-	-	-	1600
Строительство полигона для размещения отсортированных и запрессованных отходов	7500	7500	7500	7500	30000
Строительство приемно-сортировочного комплекса	34360	-	-	-	34360
Приобретение оборудования приемно-сортировочного комплекса	37500	-	-	-	37500
Приобретение специализированного комплекса на базе серийного инсинератора ИН-50	12000	-	-	-	12000
Приобретение транспортных средств для сбора и транспортировки ТКО	8250	8250	8250	8250	33000
Приобретение контейнера для сбора мусора	7875	7875	7875	7875	31500
Мини завод по производству туалетной бумаги и салфеток	-	15000	-	-	15000
Оборудование для производства контейнеров для яиц	-	5124	-	-	5124
Оборудование для производства картонных втулок	-	146,40	-	-	146,40
Измельчители 1000 S	-	1700,00	-	-	1700,00
Моечно-сушильный комплекс МСК ЗОТ 800	-	2800,00	-	-	2800,00
Экструдер OZM O 60 H-800 HDPE FILM MAK rus	-	2600,00	-	-	2600,00
Гранулятор OZM O 80	-	2200,00	-	-	2200,00
Агломератор АГМ -90	-	800,00	-	-	800,00
Машина для производства бахил NC – 20B	-	1000,00	-	-	1000,00
Экструзионная линия по производству гофрированных труб из ПЭНД с перфорацией в обмотке из геополотна	-	6600,00	-	-	6600,00
Автоматический станок для производства пакетов типа «Майка»	-	2300,00	-	-	2300,00
Утилизация и переработка автомобильных покрышек	-	-	-	45000	45000,00
Приобретение специализированной тяжелой техники	-	-	5000	15000	20000
Приобретение термодемеркуризационной установки УРЛ-2м	2500	-	-	-	2500
Итого объем инвестиций	**111585**	**63895,4**	**28625**	**83625**	**287730,4**

В табл. 3 представлена структура капитальных затрат инвестиционного проекта.

Таблица 3 – Структура капитальных затрат инвестиционного проекта, проценты

Инвестиционные затраты	Стоимость, тыс. руб.	Удельный вес, %
Проектирование мусороперерабатывающего комплекса	1600	0,6
Строительство полигона для размещения отсортированных и запрессованных отходов	30000	10,4
Строительство приемно-сортировочного комплекса	34360	12
Приобретение оборудования приемно – сортировочного комплекса	37500	13
Приобретение специализированного комплекса на базе серийного инсинератора ИН-50	12000	4,2
Приобретение транспортных средств для сбора и транспортировки ТКО	33000	11,5
Приобретение контейнера для сбора мусора	31500	11
Мини завод по производству туалетной бумаги и салфеток	15000	5,2
Оборудование для производства контейнеров для яиц	5124	1,8
Оборудование для производства картонных втулок	146,40	0,1
Измельчители 1000 S	1700,00	0,6
Моечно – сушильный комплекс МСК ЗОТ 800	2800,00	1
Экструдер OZM O 60 H-800 HDPE FILM MAK rus	2600,00	0,9
Гранулятор OZM O 80	2200,00	0,8
Агломератор АГМ -90	800,00	0,2
Машина для производства бахил NC – 20B	1000,00	0,3
Экструзионная линия по производству гофрированных труб из ПЭНД с перфорацией в обмотке из геополотна	6600,00	2,3
Автоматический станок для производства пакетов типа «Майка»	2300,00	0,8
Утилизация и переработка автомобильных покрышек	45000,00	15,6
Приобретение специализированной тяжелой техники	20000	6,9
Приобретение термодемеркуризационной установки УРЛ-2м	2500	0,8
Итого:	**287730,4**	**100**

Основные технико-экономические показатели, прогнозные балансы в разрезе горизонта планирования, а также значения прогнозных аналитических коэффициентов по данному инвестиционном проекту представлены в табл. 4.

Таблица 4 – Основные экономические показатели инвестиционного проекта

Показатели	Ед. измерения	Значение показателей
Рентабельность затрат	%	95,6
Рентабельность продаж	%	45,0
Среднесписочная численность	чел.	69
Объем продаж при выходе на проектную мощность	тыс. руб.	182293,7
Себестоимость при выходе на проектную мощность	тыс. руб.	85817
Прибыль при выходе на проектную мощность	тыс. руб.	82005,6
Фондоотдача	%	63
Годовая выработка в денежном выражении	тыс. руб.	2642
Фондоемкость	тыс. руб.	1,59
Стоимость основных фондов	тыс. руб.	287730,4
Сметная стоимость, в том числе	тыс. руб.	287730,4
строительно-монтажные работы	тыс. руб.	65960
приобретение оборудования	тыс. руб.	221770,4

Приведенные технико-экономические показатели позволяют сделать вывод об экономической целесообразности проекта по созданию мусороперерабатывающего комплекса в г. Омске.

Библиографический список

1. Инвестиции : учебник / [Л. И. Юзвович и др.] ; под ред. Л. И. Юзвович ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. – 2-е изд., испр. и доп. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2018. – 610 с. – (Учебник УрФУ).

2. Воропай, Н. А. Объемно-пространственные и конструктивные решения современных заводов по переработке твердых бытовых отходов / Н. А. Воропай, Т.О. Кондратенко // Инженерный вестник Дона. – 2022. – №. 4 (88). – С. 421–434.

Экономическая привлекательность модели развития бизнеса

А. С. Калдыбаева
Актюбинский региональный университет им. К. Жубанова,
г. Актобе, Республика Казахстан
Научный руководитель – канд. пед. наук Е. В. Тесля

Статья посвящена аспектам подготовки бизнес-модели творческой студии для подготовки хореографов с учетом их современных требований на рынке труда.

Профессиональная подготовка будущих хореографов, благодаря специфике хореографического искусства и особенностям его восприятия, наиболее естественно и органично влияет на развитие внутренней свободы и творчества, а интеграция форм хореографического искусства создает целостное, гармоничное социокультурное образовательное пространство, формирующее художественно-творческие способности личности студентов, обучающихся на хореографических отделениях художественных вузов. Применять принципы и идеи ценностно-ориентированного подхода, позволяющего максимально раскрывать призвание к творческому труду, формируя педагогическое отношение к своей профессии. Все это предполагает глубокие качественные изменения всей системы хореографического образования, совершенствования деятельности учреждений культуры и искусств, их стратегии, целей, приоритетных задач и функций. Отсюда актуальна разработка теоретических и методических аспектов проблемы формирования компетенций у будущих специалистов и учителей хореографии, в частности. Результатом подготовки специалиста в действующем секторе бизнеса должна выступить его компетентность в профессиональной деятельности, что отражено в документах по модернизации образования, где отмечено, что основным результатом деятельности учреждения (бизнеса) должна стать не просто система знаний, умений и навыков, а набор заявленных государством ключевых компетенций в интеллектуальной, общественно-политической, коммуникационной, информационной и прочих сферах. Тем самым это докажет факт инвестиционной привлекательности региона и его экономической устойчивости.

Коммуникация искусства и широкой аудитории всегда имела важное значение в жизни общества. В современном мире это значение возросло благодаря, с одной стороны, быстрому развитию информационно-коммуникационных технологий, активизировавших обмен информацией между учеными и обществом, с другой стороны, возросшему образовательному уровню граждан. Искусство становится более доступным для широкой аудитории.

Развитие общества и бизнеса находят отражение в сфере искусства, что тесно связано функционирование социальных институтов познания еще с древних времен. Сегодня обществу нужны соответствующие времени инструменты для получения качественной и достоверной информации посредством инструментов сферы культуры и искусства. Одним из таких инструментов может стать создание бизнес-модели подготовки специалистов, обладающих набором компетенций, согласно карте мегатрендов до 2050 гг., обладающих потенциалом для популяризации знаний, формирования интереса к получению конкретных знаний из научной литературы, помощи в самообразовательной деятельности.

Социолог M. Bucchi [2] выделил три модели коммуникации науки и общества:

• дефицит – односторонняя модель коммуникации, при которой научная информация передается от экспертов непрофессионалам с целью информирования или убеждения аудитории;

• диалог – двусторонняя модель общения, которая призвана исправить недостатки модели дефицита. Вместо односторонней передачи информации от экспертов неспециалистам, происходит коммуникация между научными экспертами и общественностью, зарождается взаимопонимание между коммуникаторами, возрастает доверие и укрепляются социальные отношения;

• участие – это модель разнонаправленного общения, которая побуждает научных коммуникаторов к более широкому включению ненаучных точек зрения в процесс производства знаний. К научным исследованиям привлекается общественность (частные лица и организации) для получения знаний, согласования данных и совместной выработке решений. Научная коммуникация стала совместным производством знаний.

Все три модели научной коммуникации связаны с вопросами общественной экспертизы. В модели дефицита взаимодействие между коммуникаторами или минимально, или вообще не требуется, по-

этому объем общественной экспертизы небольшой. Общественности не хватает знаний, и общение служит средством от этого информационного дефицита. Диалог требует умеренного взаимодействия между коммуникаторами и предполагает умеренный уровень общественной экспертизы. Общественность должна быть компетентна в вопросах обратной связи с научными экспертами. Модель участия тоже требует постоянного взаимодействия между коммуникаторами и предполагает наивысший уровень общественной экспертизы.

В начале XXI в. пришло понимание опасности отделения искусства от общества, ведь это подрывает доверие к искусству. Разделение необходимо по возможности устранить, активнее привлекая граждан к различным аспектам исследований, поэтому в настоящее время в процессе взаимодействия искусства и общества постепенно распространяется модель участия.

Рассмотренные модели отражают направления взаимодействия искусства и общества – популяризацию научных знаний, общественное понимание науки через вовлечение в культурные мероприятия и повышение уровня их осведомленности.

Особую роль в коммуникации искусства и общества играют кадры. Они продвигают методы, точки зрения, обучая, подкрепляют интеллектуальное развитие, привлекают людей к искусству. B. V. Lewenstein [3] охарактеризовал роль подготовки кадров через книги, где именно научно-популярная литература может предложить новые идеи, вызывать вопросы или споры, стать отправной точкой для общественного обсуждения научных проблем и способствовать формированию общественного мнения.

В попытке восстановить доверие между обществом и искусством после кризиса доверия в послевоенный период некоторые ученые, такие как Карл Саган (1934–1996), Рэйчел Карсон (1907–1964), Стивен Хокинг (1942–2018), поддерживали общение с широкой публикой через книги, которые показывали связь между научными фактами, результатами исследований и повседневной жизнью граждан.

Таким образом, к настоящему времени сложилось три направления взаимодействия искусства и общества: просвещение, повышение уровня осведомленности общественности об искусстве, вовлечение широкой аудитории в научные исследования. Научному сообществу, с одной стороны, необходимо привлекать внимание общественности, с другой – пытаться донести доступную и неискаженную информацию до широких слоев населения. Способом изме-

нения ситуации с низким уровнем включения общества в культурные мероприятия и проекты, в добровольческое движение, служит расширение информирования общественности о развитии науки, ее возможностях и достижениях. Это информирование может осуществляться средствами и инструментами компетентностного подхода в области подготовки кадров. И если формирование модели специальных компетенций у студентов хореографов является малоизученным феноменом, требующем систематизации знаний. Рассмотрим некоторые результаты пилотажного исследования, проводимого совместно учеными из России и Казахстана по выявлению компетенций выпускника хореографа (исследование «Развитие хореографической культуры выпускника: компетентностная модель будущего специалиста» https://vk.com/nauchcom2023).

Пилотажное исследование самооценки компетенций студентов по специальности «Хореографическое искусство» было проведено в период с 26.04.2024 с 20:39:19 по 01.05.2024 до 2:30:19 часов. Как правило, сформированность компетенций у студентов оценивают преподаватели. В рамках исследования студенты попытались сами оценить сформированность компетенций на определенном этапе обучения.

Творческая хореографическая и исполнительская свобода отдельно не выделена в образовательном стандарте бакалавриата по направлению обучения «Хореография», однако имеет большое значение для специалистов данной профессиональной сферы деятельности. Необходимо отметить, что у термина «творческая хореографическая и исполнительская свобода» есть множество синонимов, которые используют исследователи разных стран, в том числе и российские. К ним можно отнести термины «творческий потенциал в креативном решении», «креативность исполнительского мастерства» и т. д. Оценивая свой практический опыт, студенты должны были рассмотреть готовность к внутреннему постижению музыкально-хореографического произведения и воплощение в него в движении, хореографическом тексте, жесте, ритме, динамике; наличие собственной индивидуальной музыкально-пластической интонации, исполнительского стиля, артистизма, исполнительской воли, концентрации внимания и способности энергетически воздействовать на публику, собственной уверенности и исполнительской свободы, а также практический опыт использования хореографического материала. По данным исследования, 50 % и выше составила самооценка студентов по позициям «собственная уверенность и исполнительская

свобода», «наличие артистизма, исполнительской воли», «практический опыт использования хореографического материала». Почти треть студентов отметили, как средний и низкий уровень наличия собственной индивидуальной музыкально-пластической интонации, исполнительского стиля, в этом случае необходимо больше внимания уделять таким студентам на индивидуальных консультациях и репетициях, помогая им в самораскрытии себя в танце. Рассмотрим, как именно «творческая свобода и элемент креативности в команде» интегрируется в учебный процесс, и как данные инструменты помогают в формировании профессиональных компетенций студентов в рамках «Виртуальной учебной лаборатории», в которой любое выполняемое студентом задание имеет практическую направленность и непосредственно связано с профессиональной деятельностью. На этом и построен подход к построению бизнес-модели для инвестиционно-привлекательного региона.

1. Поддержка практической деятельности клиентов студии непрерывным самообразованием в области хореографической постановки, так как клиент будет находиться в постоянном поиске информации для выполнения профессиональных задач. В данном случае реализуется познавательный и исследовательский потенциал, закладываются «первые кирпичики» в формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

2. Взаимодействие клиента в «Виртуальной учебной лаборатории» с тьютором осуществляется с элементами наставничества и новаторских элементов, что является уже элементом самоообразования.

3. При выполнении практических заданий медийные средства предоставляют студентам огромный выбор видеофайлов, аудиофайлов, иллюстраций, графического материала, что особо важно при обучении созданию собственных постановок и элементов.

4. Хореографическая и исполнительская свобода с элементами креативности и умением работать в команде предполагает развитие различных умений. Воспользовавшись классификацией С. Дж. Бэрэна, можно выделить те умения, которые способствуют непосредственно формированию профессиональных компетенций, обучающегося в студии: понимание, насколько сильно может влиять командообразование и критическое мышление; способность отличать аргументированную и эмоциональную реакцию при восприятии; умение критически воспринимать контент музыкальных произведений без ориентации на авторитетность источника.

5. Творческие способности и воображение у будущих специалистов в области хореографии и искусства развиваются при непрерывной практической деятельности, которую обеспечивает «Виртуальная учебная лаборатория». Работая над студийными проектами, студенты осваивают навыки постановки, что в итоге повышает качество создаваемого ими продукта.

6. Одним из важных этических вопросов клиента является самоопределение: «В рамках каких ценностей я работаю?» «Ценности… задают вектор отношения человека к миру, они выступают в качестве принципа отбора элементов, из которых складывается… структура осмысления, понимания и переживания мира» и, в конечном счете, мировоззрение как индивида, так и целой эпохи» [1]. Ценности, этические принципы, которые должны соблюдаться в сфере культуры и особенно в хореографическом контексте. Обязательным элементом работы в «Виртуальной учебной лаборатории» должен стать воркшоп «Моя система ценностей» – мастерская, на котором участники получают знания самостоятельно.

7. Для комплексного изучения процессов ориентирования в различных направлениях и стилях танцевального искусства, а также методике исполнения движений необходимо исследовать их ценностно-ориентировочную составляющую, выделить особые признаки, определить форматные и жанровые характеристики [4, 5]. В рамках одного из практических заданий по работе в команде на командообразование студенты примут участие в групповых дискуссиях «Взаимодействие технических и стилевых особенностей хореографа».

Возможности взаимодействия компетентностной модели со стратегическими задачами бизнес-процесса и выработкой потенциала выпускника не исчерпываются перечисленными формами и направлениями работы, однако могут послужить элементами внедрения в общую систему подготовки кадров будущего. «Виртуальная учебная лаборатория», обеспечивающая процесс непрерывной профессионализации клиентов, в рамках данного исследования представлена в виде идеи и требует детальной проработки и доведения до проектного предложения.

Библиографический список

1. Creative Industries Workforce Skills Qualifications – Competency Map. / Singapour Workforce Development Agency. – URL: http://www.ssg.gov.sg/content/dam/ssg-wsg/wsq/ssg/documents/.

2. Bonder, A. Competency-Based Management – An Integrated Approach to Human Resource Management in the Canadian Public Sector / A. Bonder, C.-D. Bouchard, G. Bellemare. Public Personnel Management. 2011, no. 40 (1), pp. 1–10. DOI: 10.1177/009102601104000101.

3. Haddouchane, Z. A. The Application of the Competency-Based Approach to Assess the Training and Employment Adequacy Problem / Z. A. Haddouchane, S. Bakkali, S. Ajana. International Journal of Education. 2017, no. 5 (1), pp. 1–18. DOI: 10.5121/ije.2017.5101.

4. Хуторский, А. В. Ключевые компетенции: технология конструирования / А. В. Хуторский // Народное образование. – 2003. – № 5. – С. 55–61.

5. Monastyrskaya, T. I., Mikidenko, N., Storozheva, S. Leadership for the Future Sustainable Development of Business and Education. Prague Institute for Qualification Enhancement (PRIZK) and International Research Centre (IRC) "Scientific Cooperation" International Conference. Springer Proceedings in Business and Economics. Prague Institute for Qualification Enhancement. 2018, pp. 355–367.

Экономическое и правовое регулирование речных перевозок в Омской области в условиях новых вызовов (2020–2025 гг.)

Д. А. Корнейчик

Омское командное речное училище имени В. И. Евдокимова (Омский институт водного транспорта – филиал Сибирского государственного университета водного транспорта), г. Омск

Научный руководитель – преподаватель высшей квалификационной категории Е. А. Егоров

Правовое регулирование речных перевозок в Омской области в период с 2020 по 2025 год претерпевало изменения под влиянием новых экономических, инфраструктурных и международных вызовов. Основные трансформации связаны с развитием логистических проектов, модернизацией инфраструктуры и изменениями в федеральном законодательстве.

В Омской области речные перевозки упоминаются в контексте государственных программ и стратегических документов. Например, в государственной программе «Развитие транспортной системы в Омской области» (утверждена в 2023 году) среди целей значится обеспечение доступности транспортных услуг, предоставляемых вод-

ным транспортом. Программа также предусматривает государственное регулирование тарифов на проезд путем предоставления субсидий перевозчикам для возмещения недополученных доходов [1].

В 2025 году губернатор Омской области Виталий Хоценко выдвинул инициативу по созданию международного транспортного коридора «Россия – Казахстан – Китай» с выходом через Обь на Северный морской путь [2].

Проект базируется на развитии судоходства по реке Иртыш, которая вместе с Обью формирует логистический каркас для связи внутренних регионов Китая, стран Центральной Азии и российской Арктики. Для реализации проекта требуется комплекс мер: дноуглубление фарватера, модернизация портов и причалов, развитие современного речного флота.

Водный транспорт Иртыша играет значимую роль в экономике Омской области, обеспечивая грузовые и пассажирские перевозки, а также выступая потенциальным звеном в международных логистических цепочках. Однако его текущее использование далеко от исторического максимума, и развитие сдерживается инфраструктурными и природными ограничениями.

Роль внутреннего водного транспорта особенно значима в транспортном обслуживании северных муниципальных районов области. Иртыш, в связке с Обью, образует естественный транспортный канал, который может стать частью системы «река – море», соединив Центральную Азию, внутренние регионы Китая и Арктическую зону России [3].

По Иртышу в настоящее время преимущественно перевозят тяжёлые строительные материалы. А именно – щебень (особенно с высокой морозостойкостью и крепостью, который используется для строительства автомобильных дорог и железобетонных конструкций), соль и пиломатериалы.

Также по реке транспортируют зерно. В перспективе рассматривается возможность расширения номенклатуры грузов. Например, обсуждается доставка в Китай минеральных удобрений и зерна, а также организация контейнерных перевозок. Кроме того, Росморречфлот рассматривал возможность использования Иртыша для доставки продукции лесопромышленного комплекса [4].

Развитие судоходства по Иртышу может открыть возможности для транспортировки и других категорий грузов, например, това-

ров народного потребления, металлургической продукции, сельхозпродукции. Однако реализация таких планов зависит от решения инфраструктурных проблем (мелководье, необходимость дноуглубительных работ, модернизация портов и т. д.) и межгосударственного сотрудничества между Россией, Казахстаном и Китаем.

По данным на 2026 год, речной транспорт в транспортном балансе Омской области занимает относительно небольшую долю. Ежегодный объём перевозок по Иртышу составляет около 400 тыс. тонн. Для сравнения: в советский период этот показатель достигал 13–15 млн тонн.

В структуре общего грузооборота региона речной транспорт существенно уступает другим видам транспорта. Например, по данным на 2006 год, на его долю приходилось 5,1 % в общем объеме перевозимых грузов (вместе с воздушным транспортом). При этом основную часть внутриобластных перевозок грузов и пассажиров обеспечивал автомобильный транспорт, а железнодорожный транспорт обслуживал преимущественно транзитные грузы и пассажиров.

Знание того, как меняется правовое регулирование речных перевозок в Омской области в условиях новых вызовов (2020–2025 гг.), критически важно по нескольким причинам.

Адаптация к изменениям в законодательстве. Правовые нормы в сфере внутреннего водного транспорта постоянно обновляются. Например, Федеральный закон от 31 июля 2025 г. №307-ФЗ внес изменения в Кодекс внутреннего водного транспорта РФ, которые касаются учёта речных портов и их регулирования. Судоводителю необходимо понимать эти изменения, чтобы соблюдать требования законодательства при выполнении рейсов, оформлении документов и взаимодействии с портовыми службами [5].

В период с 2020 по 2025 год в Омской области активно обсуждались и реализовывались проекты по развитию речного транспорта, включая создание международного транспортного коридора «Россия – Казахстан – Китай» с выходом через Обь на Северный морской путь.

В рамках развития речного транспорта в Омской области планировались и реализовывались меры по дноуглублению фарватера, модернизации портов и причалов, развитию современного речного флота.

Библиографический список

1. Государственная программа Омской области «Развитие транспортной системы в Омской области» : утверждена постановлением Правительства Омской области от 28 октября 2023 года № 585-п. – URL: http://publication.pravo.gov.ru/document/5500202310300003.

2. Пресс-служба Губернатора и Правительства Омской области. 12.12.2025. – URL: https://omskportal.ru/.

3. Барышников, С. Г. Геоэкологические проблемы в трансграничном бассейне реки Иртыш / С. Г. Барышников // Вопросы степеведения. – 2025. – № 4. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/geoekologicheskie-problemy-v-transgranichnom-basseyne-reki-irtysh.

4. Заславская, Е. А. Этапы развития перевозок трансграничной территории Омской области – Республика Казахстан / Е. А. Заславская, Е. В. Храпова, Ю. В. Шляпина, Д. Б. Газизова // Научные проблемы водного транспорта. – 2023. – № 77. – С. 130–143. – DOI:10.37890/jwt.vi77.424.

5. Российская Федерация. Законы. О внесении изменений в Кодекс внутреннего водного транспорта Российской Федерации и статьи 2 и 3 Федерального закона «Об особенностях регулирования отдельных отношений в целях реализации приоритетных проектов по модернизации и расширению инфраструктуры и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» : от 31.07.2025 № 307-ФЗ. – URL: http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202507310056.

Анализ и совершенствование системы организации труда и оценки производительности персонала муниципального учреждения (на примере управления образования Таврического муниципального района Омской области)

А. Д. Куприянова
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент С. М. Ильченко

Современные требования к деятельности организаций государственного (муниципального) сектора обусловливают повышение внимания к вопросам совершенствования организации труда, оценки производительности и эффективности кадров [2]. Компетентное

управление трудовыми ресурсами – фактор устойчивой работы коллектива, рационального использования бюджетных ресурсов и достижения целевых показателей социально-экономического развития региона [3]. Цель исследования – анализ текущего состояния организации труда и выработка практических рекомендаций по ее совершенствованию на примере Управления образования Администрации Таврического муниципального района Омской области.

Систематическое отслеживание динамики кадровых показателей позволяет выявить слабые стороны в организации труда и управлении персоналом. В период 2022–2024 гг. в Управлении образования обозначились важные тенденции: незначительный рост численности персонала при высоких и увеличивающихся показателях текучести кадров, превышающих естественный фон (22 % в 2022 г. до 48 % в 2024 г.). Коэффициент постоянства персонала снизился до нуля, что свидетельствует о серьезных проблемах в удержании сотрудников и неблагоприятном социально-психологическом климате.

Производительность труда (ПТ) – это количественный показатель эффективности работы за определенный промежуток времени [3]. За период с 2022 по 2024 год в Управлении образования Администрации Таврического муниципального района Омской области наблюдается устойчивая положительная динамика ключевых показателей производительности и эффективности труда. Анализ статистических данных, представленных в табл. 3, позволяет сделать вывод о последовательном совершенствовании организации работы учреждения, о чём красноречиво свидетельствуют и количественные, и качественные сдвиги.

Производительность труда, отражающая среднее количество обращений, рассмотренных одним сотрудником за год, стабильно возрастала: с 12,4 в 2022 году до 13,2 в 2024 году. Прирост этого показателя обусловлен одновременно двумя факторами. Во-первых, увеличилось общее число рассмотренных обращений – с 112 до 145 за анализируемый трёхлетний период. Во-вторых, произошло плавное расширение штата сотрудников (с 9 до 11 человек). На фоне возрастания объёмов выполняемой работы именно грамотное распределение задач между работниками, повышение их профессиональной квалификации и выстраивание четких внутриорганизационных процессов обеспечили рост не просто количества, а именно интенсивности и результативности труда каждого специалиста.

Вместе с производительностью существенно выросла эффективность труда, рассчитанная как соотношение достигнутой экономии бюджетных средств к расходам на фонд оплаты труда. Если в 2022 году на каждый рубль ФОТ приходилось 0,047 рубля экономии, то уже к 2024 году этот показатель увеличился до 0,053. Особенно примечательно, что достигнутая экономия за три года выросла практически в 1,75 раза (с 222 до 390 тысяч рублей), тогда как ФОТ увеличился в 1,56 раза (с 4 752 до 7 392 тысяч рублей). Такой опережающий рост эффективности указывает на результативное внедрение мероприятий по оптимизации расходов, использование современных методов бюджетного планирования и управленческих технологий, а также на возможное повышение внутренних стандартов контроля за расходованием ресурсов.

Стоит отметить, что позитивные сдвиги не ограничиваются числовыми изменениями. За указанный период коллектив управления демонстрирует склонность к постоянному профессиональному росту, внедрению инновационных подходов в организацию деятельности, совершенствованию документооборота и управленческих процедур. Всё это, в совокупности с четким и рациональным расходованием бюджетных средств, способствует более эффективному выполнению возложенных государственных функций.

Для объективной и всесторонней оценки деятельности управления рекомендуется наряду с количественными показателями учитывать также качественные аспекты: уровень удовлетворённости граждан результатами обращений, оперативность и полноту предоставления информации, а также успешность реализации целевых программ и проектов.

Итак, устойчивый рост производительности и эффективности труда Управления образования Таврического муниципального района свидетельствует о правильном стратегическом подходе к управлению человеческими и финансовыми ресурсами, профессионализме сотрудников и стремлении к постоянному развитию. В дальнейшем для поддержания и повышения темпов улучшений возможно усиление автоматизации административных процессов, внедрение инновационных управленческих инструментов и дальнейшее повышение квалификации персонала. Всё это будет способствовать не только индивидуальному профессиональному росту специалистов, но и в целом позитивно сказываться на развитии образовательной сферы района.

Рост производительности объясняется рядом факторов: расширением функционала, перераспределением обязанностей, повышением квалификации сотрудников, а также частичной автоматизацией процессов. Повышение эффективности связано с оптимизацией расходов и реализацией инновационных экономических мероприятий.

В отечественной и зарубежной практике организация труда рассматривается с позиций комплексности и необходимости системного подхода. Рабочее место определяется как основная производственная ячейка, где сосредотачиваются усилия по обеспечению эффективности и безопасности труда, оптимизации процесса и поддержанию высокой мотивации работников.

Основные направления организации труда включают: формирование рациональных форм разделения и кооперации труда; подбор, подготовку и профессиональное развитие персонала; стимулирование; совершенствование режимов труда и отдыха; нормирование труда; учёт и анализ затрат времени; улучшение условий и охраны труда.

На уровне муниципального учреждения характерны следующие трудовые процессы: выполнение управленческих функций, обработка документов, организационно-методическая поддержка образовательных учреждений. Эффективность этих процессов напрямую зависит от степени продуманности и научности организации труда, внедрения современных управленческих технологий.

Для оценки эффективности организации труда применяется целый ряд методик. Распространенными являются многокомпонентные системы показателей, среди которых наиболее известна методика НИИ труда, включающая расчет шести частных коэффициентов: разделения труда, рациональности приемов, организации рабочих мест, дисциплины, нормирования, условий труда [1].

Комплексное использование этих показателей позволяет не только объективно оценивать текущее состояние организации труда, но и обосновывать направления дальнейших организационных преобразований.

Критически важно также анализировать показатели производительного использования рабочего времени, выявлять и устранять причины потерь, несвоевременности и нерациональных действий. Интегрированные показатели дают целостную картину организационного уровня коллектива [4].

Анализ текущей кадровой ситуации и динамики производительности в Управлении образования Таврического района позволяет выделить ряд приоритетных направлений для повышения эффективности системы организации труда:

1. Планировка и оснащение рабочих мест. Правильная организация рабочих пространств способствует минимизации избыточных перемещений, рациональному использованию времени и повышению безопасности. Необходимо провести аудит планировки, модернизировать мебель, установить системы кондиционирования для обеспечения благоприятного микроклимата.

2. Мотивация и удержание персонала. Высокая текучесть требует совершенствования системы адаптации новых работников, внедрения программ морального и материального стимулирования, а также развития корпоративной культуры.

3. Оптимизация режима труда и отдыха. Важно пересмотреть существующие регламенты с учетом современных психофизиологических и социальных требований [6].

4. Внедрение инструментов автоматизации. Электронный документооборот, цифровые интерфейсы управления задачами, применение облачных сервисов позволяют сократить временные и трудовые издержки, повысить прозрачность и ответственность при выполнении рабочих функций.

5. Профессиональное развитие и обучение. Систематическое повышение квалификации, освоение новых инструментов управления и коммуникаций обеспечит формирование устойчивых профессиональных навыков и компетенций в условиях цифровизации [8].

6. Социально-психологический климат. Особое значение приобретает формирование благоприятной рабочей атмосферы, развитие командной работы, снижение уровня конфликтности и профессионального выгорания.

Комплексная система организации труда – важнейшая предпосылка повышения результативности, надежности и устойчивости деятельности муниципального учреждения. Результаты анализа показали наличие высокой динамики показателей производительности и эффективности труда в сочетании с негативными тенденциями текучести кадров.

Для достижения новых уровней эффективности требуются как совершенствование материальных условий и организации рабочих

мест, так и развитие кадрового потенциала, внедрение современных управленческих и информационных технологий. Применение системного аналитического подхода позволяет своевременно реагировать на изменения во внутренней и внешней среде, обеспечивая выполнение стратегических задач учреждения и рациональное использование ресурсов [10].

В современных условиях муниципальные органы управления должны не только выполнять функции по поддержке и развитию образовательной сферы, но и служить примером эффективной организации труда, способной адаптироваться к требованиям времени, внедрять лучшие отраслевые практики и обеспечивать профессиональное развитие персонала.

Библиографический список

1. Акопов, В. И. Охрана здоровья в России: принципы организации на фоне проблем / В. И. Акопов // RELGA. – 2004. – № 2 (92). – URL: https://relga.ru/articles/86/?ysclid=mte2f9i1v345871857.

2. Алиев, И. М. Влияние цифровой экономики на производительность труда / И. М. Алиев // Экономика труда. – 2021. – № 9. – С. 917–930.

3. Борисов, Г. П. Анализ хозяйственной деятельности предприятий торговли и общественного питания : учебник / Г. П. Борисов. – М. : Экономика, 2022. – 176 с.

4. Производительность труда и российский человеческий капитал: парадоксы взаимосвязи? : Доклад к XXII Апрельской международной научной конференции по проблемам развития экономики и общества / В. Е. Гимпельсон [и др.]. – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2021. – 61 с.

5. Долженко, Р. А. Развитие подходов к производительности труда и ее оценке / Р. А. Долженко, Д. С. Малышев // Экономика труда. – 2021. – Т. 8, № 12. – С. 1577–1590.

6. Ефремова, О. С. Охрана труда от А до Я : практическое пособие / О. С. Ефремова. – М. : Альфа-Пресс, 2023. – 672 с.

7. Иванова, А. Д. К вопросу о производительности труда / А. Д. Иванова // Диалог. – 2024. – № 1 (27). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-proizvoditelnosti-truda-3.

8. Махмудова, И. Н. Экономико-правовое регулирование социально-трудовых отношений : учебное пособие для студентов экономических специальностей/ И. Н. Махмудова, О. К. Леоновец. – Тольятти : Тольяттинский гос. ун-т, 2007. – 255 с.

9. Неверова, И. В. К вопросу о необходимости аудита производительности труда в России / И. В. Неверова // Современные научные исследования и инновации. – 2023. – № 9. – URL: https://web.snauka.ru/issues/2023/09/100784.

10. Саматоев, А. Т. Методика управления производительностью сотрудников в современных коммерческих организациях / А. Т. Саматоев // Управленческие науки. – 2024. – № 4. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-upravleniya-proizvoditelnostyu-sotrudnikov-v-sovremennyh-kommercheskih-organizatsiyah.

Факторы, определяющие уровень предпринимательской активности

Т. В. Мидеда
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О. В. Сергиенко

Предпринимательство часто определяется как наиболее активный вид экономической деятельности человека. Сложность и разнообразие характера предпринимательской деятельности определяет особенности исследования данного социально-экономического феномена. Изучение предпринимательства носит междисциплинарный характер, что позволяет существенно расширить возможности глубокого исследования различных аспектов, проблем, сущности, природы, факторов предпринимательства как особого рода человеческой активности.

Поиском рациональных объяснений условий осуществления предпринимательской деятельности, факторов, влияющих на активность предпринимательства, в разные периоды времени занимались такие исследователи как П. Друкер, Р. Кантильон, А. Маршалл, Ф. Найт, А. Смит, А. Тюнен, Й. Шумпетер [1] и многие другие.

Анализ широкого круга определений предпринимательства позволяет выделить три подхода к трактовке понятия. В рамках первого подхода предпринимательство традиционно характеризуется как вид инновационной деятельности субъекта, связанный с несением риска. Данную позицию разделяют представители марксистского направления в экономической науке. Вторая точка зрения сводится к пониманию предпринимательства как деятельности, направленной на расширение, присвоение и получение дополнительного дохода. Третий подход характеризует предпринима-

тельство как самостоятельную деятельность хозяйствующего субъекта, создающего уникальный продукт для рынка.

Сущность предпринимательства рассмотрена в социальной философии и социальной психологии, где авторы большинство определений понятия содержат указание на деятельность субъекта [2]. В рамках данных научных направлений интерес представляют психологические и духовно-нравственные особенности субъекта предпринимательства.

При всем разнообразии позиций (онтологический, гносеологический, аксиологический подходы) в определении предпринимательства, в общем виде предпринимательская деятельность определяется как специфическая форма экономической активности индивида, который на основе риска инициирует, на основе предприимчивости организовывает, на основе ответственности стабилизирует, на основе личной заинтересованности развивает ту или иную новую форму бизнеса [4].

Широкий спектр рассмотренных определений понятия «предпринимательство» указывает на непосредственную взаимосвязь дефиниции с понятием «активность». Центральным элементом в структуре экономической деятельности является активный субъект, инициирующий процесс производства. Активность субъекта основана на действии мотивационного механизма предпринимательской деятельности.

Влияние мотивационного механизма на решения и действия субъекта предпринимательской активности основаны на трех видах ведущих потребностей: витальные потребности, социальные потребности, профессиональные и творческие потребности [3]. Приведённые виды потребностей определяют формирование различных групп предпринимателей, а также уровень успеха в бизнесе каждой отдельной группы. Витальные потребности чаще становятся основой для становления «предпринимателей по неволе», для которых важно обеспечение определенного уровня жизни для себя и своей семьи. Социальные потребности определяют формирование группы «добровольных предпринимателей», которые направлены на создание пользы и благ для общества. Удовлетворение профессиональных и творческих потребностей индивидами приводит к формированию группы «прогрессивных предпринимателей», часто выступающих владельцами успешного бизнеса.

Успех предпринимательской деятельности в значительной степени определяется индивидуальными характеристиками личности, типом темперамента, уровнем активности и стрессоустойчивости.

Кроме индивидуальных личностных факторов уровень предпринимательской активности определяет система внешних факторов, не зависящих от воли субъекта. Объективные границы предпринимательской деятельности создают политические, культурные, социально-экономические, правовые, научно-технические условия, в которых осуществляет свою активность предприниматель. Каждое государство создает разную систему факторов и собственный вид экономики, формируя специфическое экономическое пространство с определенным предпринимательским климатом. Сложившаяся система уникальных возможностей и ограничений создают условия для экономического роста индивидуальных предприятий или ограничивают рост [5]. Базовыми условиями формирования предпринимательской активности выступает развитая инфраструктура, государственные и экономические институты, экономическая определённость и экономическая и политическая стабильность, высокий уровень образования населения, наличие свободной конкуренции. Благоприятные условия создают основу для развития средних и крупных предприятий и появления новых малых форм предпринимательской активности.

Эффективные условия функционирования государства и рынка позволяют повысить стабильность действующих субъектов малого и среднего бизнеса, сократить число индивидов, вынужденно утративших статус предпринимателя. Исследования показали, что уровень активности личности в стабильно функционирующих экономиках составляет 8% экономически активного населения страны, а уровень выхода из бизнеса не более 4 % [6]. Распределение предпринимателей по видам потребностей выглядит следующим образом: в среднем 18 % составляют предприниматели, мотивированные витальными потребностями; 54 % составляют предприниматели, в основе мотивов которых лежат социальные потребности; 28 % составляют прогрессивные предприниматели-профессионалы. Высокая выживаемость предпринимательства и вовлеченность личности в предпринимательскую деятельность наблюдаются в стабильно развивающихся инновационных экономиках с благоприятными

условиями развития: государственная поддержка предприятий; качественная правовая основа предпринимательской деятельности, прозрачность фискальной политики государства; льготные условия для новых форм бизнеса и молодых предприятий, инновационная, научно-технологическая экономика.

Факторы, влияющие на предпринимательскую активность индивида

Факторы	Условия развития предпринимательской активности
Индивидуальные (личностные)	Мотивы предпринимательской деятельности
	Потребности индивида
	Тип темперамента
	Особенности характера личности
Внешние (объективные)	Развитая инфраструктура
	Развитые государственные и экономические институты
	Экономическая определенность и экономическая и политическая стабильность
	Уровень образования населения
	Свободная конкуренция
	Государственная поддержка предприятий, инновационная, научно-технологическая экономика
	Качественная правовая основа предпринимательской деятельности
	Прозрачность фискальной политики государства
	Льготные условия для новых форм бизнеса и молодых предприятий
	Инновационность экономики

Следовательно, факторами, определяющими уровень предпринимательской активности, выступают субъективные и объективные условия, в которых функционирует малый и средний бизнес. Ведущую роль в стимулировании предпринимательской активности в Российской Федерации имеет позиция государства в отношении к хозяйствующим субъектам. Развитие предпринимательской активности зависит от созданных условий, достаточных для реализации предпринимательского потенциала населением регионов.

Библиографический список

1. Агамагомедова, С. А. Влияние предпринимательской экосистемы на региональный экономический рост / С. А. Агамагомедова, Л. А. Гамидуллаева // Экономика промышленности. – 2025. – Т. 18, № 1. – С. 111–121.

2. Буймов, А. А. Аналитическое исследование состояния предпринимательства в Российской Федерации / А. А. Буймов // Вестник университета. – 2024. – № 4. – С. 121–144.

3. Веретено, А. А. Брендинг впечатлений и маркетинг взаимодействия: драйверы развития региональной экономики в России / А. А. Веретено // Проблемы современной экономики. – 2024. – № 3 (91). – С. 92–95.

4. Викулина, В. В. Предпосылки активности индивида и условия их реализации / В. В. Викулина, Л. М. Вотчель // Вектор науки ТГУ. Серия: Экономика и управление. – 2017. – № 1 (28). – С. 12–16.

5. Мельников, Р. М. Человеческий и социальный капитал как факторы предпринимательского успеха в российских условиях / Р. М. Мельников // Экономический анализ: теория и практика. – 2022. – Т. 21, № 7 (526). – С. 1240–1264.

6. Мещерякова, А. Б. Концепция развития малого и среднего предпринимательства на муниципальном уровне / А. Б. Мещерякова, Е. В. Мугаева // Вестник Академии знаний. – 2023. – № 2 (55). – С. 149–153.

Трансформационные изменения отраслевых пропорций и структурных сдвигов экономического потенциала промышленности Кыргызской Республики в современных условиях

Ж. В. Мурзашева
Международный университет инновационных технологий,
г. Бишкек, Кыргызская Республика
Научный руководитель – д-р экон. наук,
профессор Э. М. Биймырсаева

Проблемы модернизации и трансформации процесса развития экономического потенциала, как отраслей промышленности, так и самих хозяйствующих субъектов, а также создаваемых ими товаров и услуг крайне актуальны в условиях переходной экономики, когда изменчивость и динамичность факторов внешней среды достигают наиболее высокой степени по сравнению с периодами стабильного состояния экономической системы. Формирование экономической потенциальной возможности отраслей промышленности и достижение эффективных результатов в данных условиях осложняется необходимостью постоянного приспособления к изменяющимся условиям. Это требует, в свою очередь, поиска научно-обоснованных

концепций функционирования и развития отраслевой структуры промышленности Кыргызстана, совершенствования организационно-экономических форм взаимодействия отраслей промышленности в аспекте категории экономический потенциал [1]. Для этой цели проведем подробный анализ трансформационного изменения отраслевых пропорций и структурных сдвигов экономического потенциала промышленности Кыргызской Республики.

Таблица 1 – Основные показатели производства пищевых продуктов (включая напитки) и табачных изделий

	2020	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Число предприятий	279	286	285	284	285
Объем промышленной продукции, млн сомов	23129,3	25909,4	31752,1	31826,4	30525,4
Численность занятых, тыс. человек	20,4	20,1	20,1	20,2	20,2
Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток), млн сомов	-70,1	1485,7	1588,4	2459,4	1933,1
Производство:					
мясо и пищевые субпродукты, т	10716,6	12365,7	13848,7	13336,0	13705,9
колбасные изделия, т	3038,0	3287,6	3904,5	5595,0	6402,5
сливочное масло всех видов, т	2112,7	3130,6	4623,4	4422,4	5528,5
молоко обработанное жидкое, т	31615,8	36585,3	31412,0	38352,3	40454,6
сливки не сгущенные или неподслащенные, т	62,2	489,8	495,8	1156,9	1386,6
сыры всех типов, т	3615,7	4109,7	3908,0	4105,4	4723,5
сахар, тыс. т	24,4	67,7	100,4	122,5	99,6
масло растительное, т	13840,9	11521,4	11252,5	11743,1	9441,3
сухари и печенье, изделия кондитерские и пирожные, т	5879,2	6134,1	6675,4	6149,6	6794,3
шоколад, изделия кондитерские из шоколада и сахара, т	1115,0	1806,0	3208,8	2269,2	1833,0
макаронные изделия без начинки, не подвергнутые тепловой обработке, т	15868,9	10624,9	11592,1	7141,4	12917,2
безалкогольные напитки, тыс. л	101888	108235	118872	126769	130697
воды минеральные и газированные, неподслащенные и неароматизированные, тыс. л	36756,3	32650,4	34772,0	44357,8	38171,5

Окончание таблицы 1

	2020	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
мука из зерновых культур, тыс. т	273,0	269,0	270,7	188,5[1]	162,6
хлеб свежий, тыс. т	101,4	96,2	98,0	105,5[1]	68,9
водка и ликеры, тыс. л	9037,5	7584,7	5172,2	5034,5	4378,9
вино виноградное натуральное, включая игристое, тыс. л	964,1	2408,0	2833,9	2991,5	998,8
из него: вино типа «Шампанское», тыс. л	493,8	908,1	1076,7	975,5	479,7
вина плодово-ягодные прочие, тыс. л	603,3	1176,2	1009,7	2648,9	934,6
коньяк, тыс. л	611,1	696,7	902,8	959,1	862,2
пиво, тыс. л	26330,8	24043,7	25120,9	28513,3	22895,6
сигареты, млн шт.	-	6,0	-	-	-
табак курительный, т	-	-	-	-	-
табак ферментированный, тыс. т	2,0	0,3	0,1	0,9	0,3

Выполнена автором по данным Нацстаткома КР

За последние 5 лет количество предприятий, функционирующих в отрасли производства пищевых продуктов и табака, остаются на почти одинаковом уровне (285 предприятий), а объем производства продукции данной отрасли имеет тенденцию устойчивого роста. За исследуемый период количество занятых в отрасли сократилась на около 200 человек. Финансовые результаты в 2020 году показывают убыточный результат, а в остальных годах исследуемого периода календарный год заканчивался доходом в размере от 1,5 млрд сомов до 2,5 млрд сомов.

Рассмотрим основные показатели производства текстильного производства, производство одежды и обуви, кожи и прочих кожаных изделий, являющиеся составной отраслью обрабатывающего производства. Данные показатели приведены в табл. 2.

Тенденции в данной отрасли также схожи с тенденциями отрасли производства пищевых продуктов. Количество предприятий, функционирующих в данной отрасли, остались на уровне 2020 года, т. е. без изменений, за исключением 2022 года, когда 12 предприятий приостановили свою деятельность.

Таблица 2 – Основные показатели текстильного производства, производства одежды и обуви, кожи и прочих кожаных изделий

	2020	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Число предприятий	114	117	105	112	114
Объем промышленной продукции, млн сомов	5405,2	6608,7	6758,8	9404,4	9733,0
Численность занятых, тыс. человек	37,6	28,7	45,9	46,4	46,4
Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток), млн сомов	-110,6	117,7	215,6	68,9	109,3
Производство:					
волокно хлопковое кардо- и гребнечесаное, тыс. т	13,6	16,6	18,1	17,8	17,5
шерсть мытая, обезжиренная не подвергнутая кардо- или гребнечесанию, т	288,4	367,0	308,3	570,3	430,8
пряжа хлопчатобумажная не расфасованная для розничной продажи, т	0,5	0,4	0,7	0,9	4,6
ткани готовые всех видов, тыс. м²	0,1	-	1042,7	9039,0	38711,3
из них:					
из шерсти	-	-	-	-	-
Одежда верхняя, кроме трикотажной, мужская и для мальчиков, тыс. шт.	2856,3	2554,8	4038,0	4957,2	6280,9
Одежда верхняя, кроме трикотажной, женская и для девочек, тыс. шт.	20852	18827	18735	22138	24888
Белье нижнее прочее, кроме трикотажного, тыс. шт.	6178	9749	10934	9627	10818
Трикотажные чулочно-носочные изделия машинной и ручной вязки, тыс. пар	13655	8539	7811	7626	9244,2
Кожа из шкур скота крупного рогатого или шкур животных семейства лошадиных, без волосяного покрова, тыс. кв. дм	4103,7	3558,9	3305,4	1526,2	2749,4
Кожа из овечьих, козьих и свиных шкур скота, без волосяного покрова, тыс. кв. дм	123,3	-	-	-	-
Обувь, тыс. пар	8626	8179	4025	3500	2964,1

Выполнена автором по данным Нацстаткома КР

В количестве занятый за последние три года сохранился одинаковый уровень, намного больший по сравнению с 2020-2021 годами. Объем произведенной продукции имеет устойчивую тенденцию роста, однако особо следует отметить тот факт, что в 2023-2024 годах данный рост по сравнению с прошедшими годами составил почти 3 млрд сомов. Результаты финансовых показателей показывают доходность отрасли за весь период, за исключением 2020 года. В следующей таблице приведены основные показатели производства очищенных нефтепродуктов (табл. 3).

Таблица 3 – Основные показатели производства очищенных нефтепродуктов

	2020	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Число предприятий	9	9	7	10	11
Объем промышленной продукции, млн сомов	6528,2	7990,5	11197,4	13169,9	5480,8
Численность занятых, тыс. человек	1,3	1,3	1,3	1,4	1,4
Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток), млн сомов	-7322,0	934,8	-2 031,9	-3300,1	-5007,1
Производство:					
моторное топливо (бензин), тыс. т	115,1	171,3	234,8	218,8	103,8
газойль (дизельное топливо), тыс. т	56,1	106,2	89,4	79,3	81,3
топливо нефтяное(мазут), тыс. т	136,0	74,9	62,6	156,5	112,2

Выполнена автором по данным Нацстаткома КР

По данным таблицы можно обнаружить, что в названной отрасли функционируют небольшое количество предприятий и данная отрасль производит всего три вида продукции: моторное топливо (бензин), дизельное топливо и топливо нефтяное (мазут). Несмотря на малое количество предприятий, отрасль производит достаточно большой объем продукции. Объем производства продукции отрасли до 2023 года имел устойчивую тенденцию роста, однако в 2024 году наблюдается резкий спад данного объема [2]. Причиной тому явилось временная остановка деятельности нефтеперерабатывающего завода Джунда в городе Кара-Балта. Остановка завода было связана судебными разбирательствами по отношению к заводу из-за неоплаты заводом налогов в размере 200 млн сомов.

Количество занятых в отрасли остаются постоянным, однако финансовые результаты отрасли указывают на убытки за весь исследуемый период, за исключением 2021 года. Очевидно, это объясняется превышением затрат на строительство и ввода в эксплуатацию новых заводов (тот же нефтеперерабатывающий завод Джунда) над получаемыми этими предприятиями доходами.

Данные по под отрасли следующей отрасли промышленности (производство резиновых и пластмассовых изделий, прочих неметаллических минеральных продуктов) приведены в табл. 4.

Таблица 4 – Основные показатели производства резиновых и пластмассовых изделий, прочих неметаллических минеральных продуктов

	2020	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Число предприятий	318	330	322	330	331
Объем промышленной продукции, млн сомов	16324,0	14397,6	17819,4	21469,0	19994,6
Численность занятых, тыс. человек	11,7	11,2	11,3	12,1	12,1
Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток), млн сомов	519,3	953,1	1720,7	2530,5	2097,8
Производство:					
цемент, тыс. т	1496,4	1301,6	1504,8	1930,1	2005,3
строительная известь, тыс. т	5,0	6,3	6,6	8,5	5,4
сборные строительные конструкции из бетона, тыс. т	200,7	199,7	216,0	199,3	135,8
кирпичи строительные, блоки для полов и изделия аналогичные керамические, неогнеупорные, млн шт.	70,3	68,8	77,1	82,3	92,8
Шифер гофрированный, листы, панели, плитки и изделия аналогичные из асбоцемента, тыс. т	43,7	54,6	65,7	64,1	76,1
шлаковата, вата минеральная силикатная, т	1008,5	246,8	-	-	-
листовое стекло, тыс. м²	14883,2	17879,0	26577,3	28729,0	28623,9

Выполнена автором по данным Нацстаткома КР

Данная отрасль в основном производит продукцию, предназначенную для строительной индустрии, количество функционирующих в ней предприятий за рассматриваемый период остается почти без изменений. В то же время объем произведенной продукции имеет волнистый характер. Так в 2021 году и в 2024 году наблюдается спад производства, а в остальных годах – рост. Например, в 2024 году по сравнению с 2023 годом произведено продукции на 1474,4 млн сомов. Количество занятых в отрасли имеет тенденцию устойчивого роста, начиная с 2021 года, о чем свидетельствует данные таблицы. Кроме этого, финансовые результаты указывают на прибыль в конце каждого года. Однако, несмотря на это в 2024 году прибыль отрасли по сравнению с 2023 годом была меньше на 432,2 млн сомов. В табл. 5 приведены основные показатели под отрасли производства электрического оборудования обрабатывающей промышленности.

Таблица 5 – Основные показатели производства электрического оборудования

	2020	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Число предприятий	18	16	16	18	19
Объем промышленной продукции, млн сомов	1782,6	1550,3	1368,5	1501,5	1407,1
Численность занятых, тыс. человек	3,5	3,3	3,0	2,7	2,7
Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток), млн сомов	179,1	139,5	66,8	42,2	88,0
Производство:					
электрообогреватели помещений, шт.	1898	2868	1370	-	-
электроплитки, шт.	1008	-	-	-	-
лампы электрические, млн шт.	167,4	148,1	125,0	125,3	102,9
приемники телевизионные, шт.	-	1884	98	56	19
провода изолированные, обмоточные, т	112,3	17,3	14,3	19,2	27,9

Выполнена автором по данным Нацстаткома КР

Приведенные в таблице данные названной отрасли обрабатывающей промышленности свидетельствуют о постоянстве количества действующих в ней предприятий. Однако количество занятых указывают на устойчивую тенденцию снижения из года в год. Так,

в 2024 году количество занятых в подотрасли по сравнению с 2020 годом сократились на 800 человек. Основной причиной тому является внедрение в производство новых инновационных технологий, исключающие присутствие человека, или так называемого «человеческого фактора». Еще одной причиной можно назвать сокращение самого производства. Этому свидетельствует объем производимой в подотрасли продукции. Из данных таблицы можно заметить ежегодное сокращение выпуска продукции подотрасли. За последние два года основная деятельность названной под отрасли ограничилась только производством электрических лампочек. Выпуск электрических плит, электрических обогревателей была прекращена по причине их неконкурентоспособности. Финансовая сальдо отрасли хоть и показывает прибыль, однако данный показатель также имеет тенденцию устойчивого спада. На наш взгляд, основным направлением решения данной проблемы является организация совместного производства совместно с передовыми зарубежными организациями и на этой основании производить конкурентоспособную продукцию и заполнение ими внутренних рынков [3].

Создание любого экономического блага и преобразования природных ресурсов, связанные с использованием человеческого труда, и составляют производственный процесс. Там, где люди своим трудом создают экономические блага или превращают их, и имеет место производство. Производство всегда подчинено потреблению, без которого оно теряет всякий смысл. Современные экономические концепции не отказываются от рассмотрения категории «общественное производство» в зависимости от понимания его как процесса создания экономических благ и падения различных услуг потребителю. Причем производство имеет место и при потреблении производственных ресурсов (материальных благ и услуг). поступательное развитие общественного производства, его составляющих факторов являются фундаментальными закономерностями рыночной системы хозяйствования. А рыночная система хозяйствования – это экономика предпринимательского типа, ибо предпринимательство представляет собой инициативную, связанную с хозяйственным риском и направленную на поиск наилучших способов использования ресурсов деятельность, ведущуюся с целью извлечения дохода [4]. Исходным пунктом производства является предпринимательство, что в свою очередь ведет за собой товарное

производство, а следовательно, его условиями выступают отношения обособления и общественное разделение труда. Понятия «предприниматель», «предпринимательство», «предприимчивость», «предпринимательский доход». Поскольку в условиях самостоятельности и экономической нестабильности повысилась ответственность руководителей хозяйственных субъектов за результаты деятельности предприятий, и обусловлена она в значительной степени эффективностью использования ресурсов и средств предприятия. Вопрос о природе предпринимательства всегда относился к числу наиболее острых и сложных. Большинство представителей экономической мысли разного времени стремились найти законы происхождения и распределения общественного богатства. Это позволяет заметить, что предпринимательство занимает определенное место в развитии экономических учений. Научное познание предпринимательства неотделимо от исторической эволюции общества. Вследствие особых условий переходного периода, на наш взгляд, сущность категории предпринимательства следует рассматривать путем включения в это понятие способности гибкой ориентации и умения использовать быстро меняющиеся условия для оживления реального сектора экономики. Предприниматель должен обладать особыми качествами творческого, рационально мыслящего человека, быть профессионально грамотным для того, чтобы обратить рыночную неопределенность в свою пользу [5].

В результате исследования экономического потенциала промышленности Кыргызстана следует провести одновременно и с позиций ресурсного подхода, и с точки зрения результативной модели. В первом случае под экономическим потенциалом понимается целостная совокупность имеющихся в наличии экономических ресурсов. При этом они могут быть, как реально вовлечены в хозяйственный оборот, так и носить латентный характер. Во втором случае экономический потенциал оценивается с позиции способности к эффективному использованию имеющихся в наличии экономических ресурсов и определяется макроэкономическими показателями и результативностью промышленного производства Кыргызстана в целом. хозяйственной деятельности. Целевая эффективность использования экономического потенциала является качественной макроэкономической характеристикой промышленного производства страны. Изменение целевой эффективности прямо

пропорционально изменению ресурсной эффективности, величине и качеству используемых ресурсов, формирующих экономический потенциал. В этой связи, мы считаем, что макроэкономическая характеристика или макроэкономические показатели промышленного производства Кыргызстана является совокупной способностью промышленности страны, ее отраслей, предприятий, хозяйств осуществлять производственно-экономическую деятельность, выпускать продукцию, товары, услуги, удовлетворять запросы населения, общественные потребности, обеспечивать развитие производства и потребления [6].

Одной из важнейших отраслей национальной экономики Кыргызской Республики, оказывающей значительное влияние на экономический рост, является промышленность и всё то, что сегодня входит в ее состав. Несомненно, В Кыргызской Республике промышленность является ведущей сферой экономики и формирует 18 % ВВП. Вступление страны в Евразийский экономический союз позволило добиться впечатляющих темпов развития реального сектора. Если в 2020 году был зафиксирован спад промышленного производства на 4,4 %, то уже по итогам 2021 года удалось нарастить объем промышленного производства на 5 %, в 2022 году – на 11 %, а в 2024 году прирост составил уже 18 %. Рост объемов производства в Кыргызстане отмечен в 11 отраслях обрабатывающей промышленности. Наибольший прирост зафиксирован в автомобилестроении – в 2,3 раза и металлургии – на 39 %. Результаты наших исследований свидетельствуют о том, что в последние годы наблюдаются положительная тенденция устойчивого роста объема продукции промышленности. Так, в 2024 году объем продукции промышленности по сравнению с 2023 годом больше на 21216,5 млн сомов, а по сравнению с 2020 годом – на 97538,3 млн сомов. Но в процентных показателях наблюдается снижение данного роста год от года: в 2021 году рост составлял 13,7 %, в 2022 году – 11,6 %, в 2023 году – 7,9 % и в 2024 году – 7,6 %. Средний рост за указанный 5-летний период составил 10,2 %.

Изложенное выше позволяет сделать вывод, что в стране доминируют административные институты, слабо развито государственно-частное партнерство, осталась, по существу, неизменной модель развития, ориентированная на экспорт природных ресурсов и продуктов начальных переделов [7]. Оценивая потенциальные

возможности дальнейшего развития структурной политики, следует подчеркнуть, что для достижения реальных результатов в среднесрочном периоде потребуется поиск возможностей репозиционирования предприятий в системе глобальных цепочек стоимости; в долгосрочной перспективе – концентрация усилий на стимулировании экспорта в секторах с продукцией высоких переделов. Конечной целью индустриальной политики страны является формирование высокотехнологичного и наукоемкого промышленного комплекса, образующего ядро производственной системы страны [8]. Это станет очередным шагом поступательного развития национальной экономики и упрочения позиций казахстанских производителей на международных рынках.

Библиографический список

1. Мокичев С. В. Трансформационная экономика : учебное пособие / С. В. Мокичев. – Казань : Изд-во Казан. ун-та, 2002. – 327 с.

2. Вардомский, Л. Б. Факторы и модели модернизации экономик стран СНГ / Л. Б. Вардомский, А. В. Шурубович // Мир Перемен. – 2011. – № 3. – С. 43–58.

3.Барулина, Е. В. Трансформация современной экономики в финансовую рыночную экономику / Е. В. Барулина // Научное обозрение. – 2012. – № 4. – С. 371–387.

4. Иванов, П. Н. Сущностные характеристики трансформационных процессов в экономической системе / П. Н. Иванов // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – № 10. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/suschnostnye-harakteristiki-transformatsionnyh-protsessov-v-ekonomicheskoy-sisteme.

5. Калиева, С. А. Факторы повышения конкурентоспособности национальных кадров / С. А. Калиева, М. К. Мельдаханова // Экономика: стратегия и практика. – 2018. – № 3 (47). – С. 119–125.

6. Лапин, Н. И. Спонтанность модернизации в регионах России и конституционные принципы ее регулирования / Н. И. Лапин // Власть. – 2017. – № 3. – С. 25–33.

7. Лапин, Н. И. Стадии, уровни и фазы модернизации регионов России, их модернизационные типы и кластеры / Н. И. Лапин // Цивилизация и модернизация : материалы российско-китайской конференции. – М. : Ин-т философии РАН, 2013. – С. 129–139.

8. Обзорный доклад о модернизации в мире и Китае (2001–2010) / Гл. ред. Хэ Чуаньци / Пер. с англ. под общей редакцией Н. И. Лапина. – М. : Издательство «Весь Мир», 2011. – 256 с.

Скоринговый метод оценки кредитоспособности заемщика – юридического лица

Г. В. Наврус
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент И. А. Брюханенко

Банк – это кредитная организация, которая в соответствии с банковским законодательством обязана не только привлекать денежные средства, но и размещать их от своего имени и за свой счет на условиях возвратности, платности, срочности [1]. Как видим, банк обязан заниматься кредитованием юридических и физических лиц, а потому оценка кредитоспособности заемщиков – задача, с которой постоянно сталкиваются специалисты банка.

Анализ кредитоспособности заемщиков важен и необходим каждому банку, поскольку это связано с управлением кредитным риском. Для банка-кредитора очень важна финансовая устойчивость заемщика, так как банк планирует получить обратно выданную ссуды и проценты на нее. Во всех странах с развитой системой финансовых услуг кредиты выдаются только тем заемщикам, которые прошли специальную процедуру оценки кредитоспособности. Несмотря на то, что в настоящее время развиваются скоринг-системы оценки кредитоспособности заемщиков, данные оценочные системы недостаточно развиты для потенциальных заемщиков юридических лиц. Скоринг используется в основном при кредитовании физических лиц. При этом кредитование этой группы заемщиков юридических лиц очень важно для банков прежде всего с точки зрения возможности получения стабильных процентных доходов.

Существующие в настоящее время модели оценки кредитоспособности можно объединить в две основные группы:

1. Модели оценки финансовых параметров (достаточно разработаны);

2. Модели оценки качественных параметров: конкурентное положение заемщика в отрасли, деловая репутация заемщика и руководства организации-заемщика, качество управления организацией-заемщиком, надежность системы внутреннего контроля, краткосрочные и долгосрочные планы и перспективы развития заемщика,

степень зависимости от аффилированных лиц и самостоятельность в принятии решений, принадлежность заемщика к финансовым группам и др. [2, с. 87-88] (требуют более внимательного изучения).

Как уже отмечалось распространенным методом оценки качественных параметров является метод скоринговой оценки. На первом этапе скоринг представляет собой математический анализ введенной информации. В общем виде он заключается в присвоении каждому фактору определенного количества баллов в зависимости от их значения. Затем балл умножается на вес параметра. Результаты суммируются для получения комплексной оценки (рейтинга).

При оценке качественных параметров заемщика банки сталкиваются с рядом проблем, в частности: необходимость отбора основных параметров, сложность количественного измерения целого ряда параметров, сложность системной оценки параметров. Решить данную задачу можно путем использования классического балльного метода. Он заключается в том, что группа специалистов ранжирует факторы по десятибалльной шкале по степени их значимости. Затем полученные баллы по каждому фактору суммируются, максимальная сумма делится на десять и получается значение переводного коэффициента. Полученные факторы можно сравнивать. Основные недостатки данного метода: необходимо сравнивать все факторы одновременно, зависимость результата от количества привлекаемых специалистов (чем меньше специалистов участвует в ранжировании, тем менее достоверен результат).

Более эффективным методом является метод анализа иерархий, разработанный Томасом Саати [3, с. 36-42]. Разработанный им подход позволяет свести сложную задачу выбора нескольких альтернатив к решению простых задач попарного сравнения явно заданных факторов.

На первом этапе необходимо определить состав факторов, характеризующих заемщика. Основной задачей является построение иерархической структуры факторов. В качестве первого уровня иерархической структуры определяется собственно оценка качества кредитоспособности заемщика. В качестве второго уровня иерархии выбираются наиболее общие факторы: кредитная история, характеристика бизнеса, судебные процессы, персонал и другие. Каждый фактор второго уровня подразделяется еще на ряд факторов (третий уровень иерархии) и т. д.

На втором этапе экспертами проводится попарное сравнение всех факторов по степени их влияния на вышестоящую цель. Составляются матрицы попарных сравнений сначала для второго уровня, потом для третьего уровня.

Внешние факторы непосредственно влияют на финансовую систему заемщика, поэтому необходимо проводить анализ рыночных рисков, который позволяет характеризовать внешнюю среду предприятия:

– анализ рынка (на основе маркетинговых исследований);

– анализ положения заемщика на рынке (на основе данных сети Интернет, средств массовой информации, а также информации, представленной заемщиком) [4, с. 120-121].

В связи с тем, что потенциальные заемщики юридические лица различаются по характеру своей производственно-финансовой деятельности, сфер деятельности, то создать единую универсальную систему показателей не представляется возможным.

Одним из способов определения оптимального количества финансовых коэффициентов является сравнительный анализ совокупностей финансовых коэффициентов, применяемых российскими банками. К таким коэффициентам относятся:

– коэффициенты финансовой устойчивости. В этой группе практически все банки рассчитывают два коэффициента – платежеспособности (соотношение собственных средств с валютой баланса) и обеспеченности собственными оборотными средствами (соотношение собственного капитала за вычетом стоимости постоянных активов и текущих активов). Применение коэффициента автономии может носить рекомендательный характер, так как данный коэффициент находится в функциональной зависимости с коэффициентом платежеспособности.

– коэффициенты ликвидности, оценка которых является важнейшим критерием финансовой устойчивости;

– коэффициенты деловой активности;

– коэффициенты рентабельности. Основной показатель рентабельности, который рассчитывают большинство банков – это коэффициент рентабельности деятельности.

Существующая группировка статей актива и пассива бухгалтерского баланса позволяет проводить довольно глубокий коэффициентный анализ платежеспособности и кредитоспособности юридических лиц.

Должна быть дана экономическая интерпретация, общее заключение относительно ликвидности и платежеспособности, наметившиеся тенденции изменения показателей, а также определивших их факторов.

Следует отметить, что универсальных показателей не существует, так как финансовое положение организации-юридического лица во много определяется положением в отрасли, в которой осуществляется деятельность.

Применение кредитного скоринга позволяет банкам:

– снизить кредитный риск;

– обоснованно дифференцировать кредитный портфель;

– ускорить процесс принятия решений о выдаче кредитов;

– создавать специфические кредитные продукты на основе анализа рыночных ниш.

К недостаткам скоринга можно отнести обезличивание потенциальных заемщиков, необходимость иметь большую статистическую базу и постоянное ее усовершенствование в связи с изменением условий кредитования, а также социально-экономических особенностей развития. Сложно также оценить перспективы колебаний факторов, которые будут влиять на кредитоспособность заемщиков. Ряд сложностей вызывают инфляционные процессы, которые влияют на сопоставимость показателей различных периодов. Нельзя также исключать влияние факторов, которые сложно измерить количественно (деловая репутация, качество кредитной истории).

Тем не менее, как показал анализ моделей оценки, на наш взгляд, на сегодняшний день в современном банковском секторе будет возрастать значимость именно скоринга для оценки заемщиков юридических лиц. Это связано с тем, что существует множество различных методов скоринговой оценки кредитоспособности заемщика, которые могут оказать серьезную помощь кредитным инспекторам и аналитикам, предоставляя им информационную поддержку в принятии решений.

Библиографический список

1. Российская Федерация. Законы. О банках и банковской деятельности : Федеральный закон от 02.12.1990 № 395-1 // СПС КонсультантПлюс. – URL: http://www.consultant.ru/ document/cons_doc_LAW_5842.

2. Ковалев, В.В. Введение в финансовый менеджмент / В. В. Ковалев– М. : Финансы и статистика, 2006. – 768 с.

3. Ендовицкий, Д. А. Анализ и оценка кредитоспособности заемщика: учеб.-практ. пособие для студентов вузов / Д. А. Ендовицкий, И. В. Бочарова. – 2-е изд., стер. – М. : КноРус, 2008. – 272 с.

4. Мазурина, Т. Ю. Финансы организаций (предприятий) : учебник / Т. Ю. Мазурина, Л. Г. Скамай, В. С. Гроссу. – М. : ИНФРА-М, 2018. – 528 с. – URL: https://znanium.com/catalog/product/96007.

Автоматизация расчета налога с продаж (НСП) на авансы в программе «1С: Бухгалтерия 8 для Кыргызстана, редакция 3»

Н. Н. Нургазыева
Международный университет инновационных технологий,
г. Бишкек, Кыргызская Республика
Научный руководитель – д-р экон. наук,
профессор Э. М. Биймырсаева

В настоящее время для автоматизации бухгалтерского учета используются программные решения, способные учитывать постоянные изменения, происходящие в законодательстве и практике бухгалтерского учета. В Кыргызской Республике для этих целей используется программа «1С: Бухгалтерия 8 для Кыргызстана, редакция 3».

С 1 января 2026 года в налоговое законодательство Кыргызской Республики были внесены изменения, касающиеся налога с продаж (НСП). В связи с этим в программу «1С: Бухгалтерия 8 для Кыргызстана, редакция 3» с версии 3.5.1.28 был добавлен новый механизм расчёта НСП на авансы.

Настройка учетной политики организации для расчета НСП на авансы

Для настройки учета НСП на авансы необходимо открыть раздел «Настройки» → «Параметры учёта» → «Организации» и перейти по ссылке «Учётная политика». Если учет ранее велся, можно создать учетную политику копированием от предыдущей, сохранив действующие настройки, либо создать новую запись по организации через кнопку «Создать» и заполнить все необходимые параметры.

Дата начала действия учетной политики может приходиться только на начало месяца. Также в одном месяце допускается только одна запись учетной политики. В случае ведения учета по нескольким организациям следует указать, для какой организации создается учетная политика. При учете одной организации поле «Организация» скрыто.

Форма учетной политики организации включает разделы бухгалтерского и налогового учета. В разделе Налоги устанавливаются признаки плательщиками, каких налогов является организация и дополнительные настройки.

Для учета НСП на авансы должны быть установлены флажки «Плательщик НСП» и «Учет НСП на авансы».

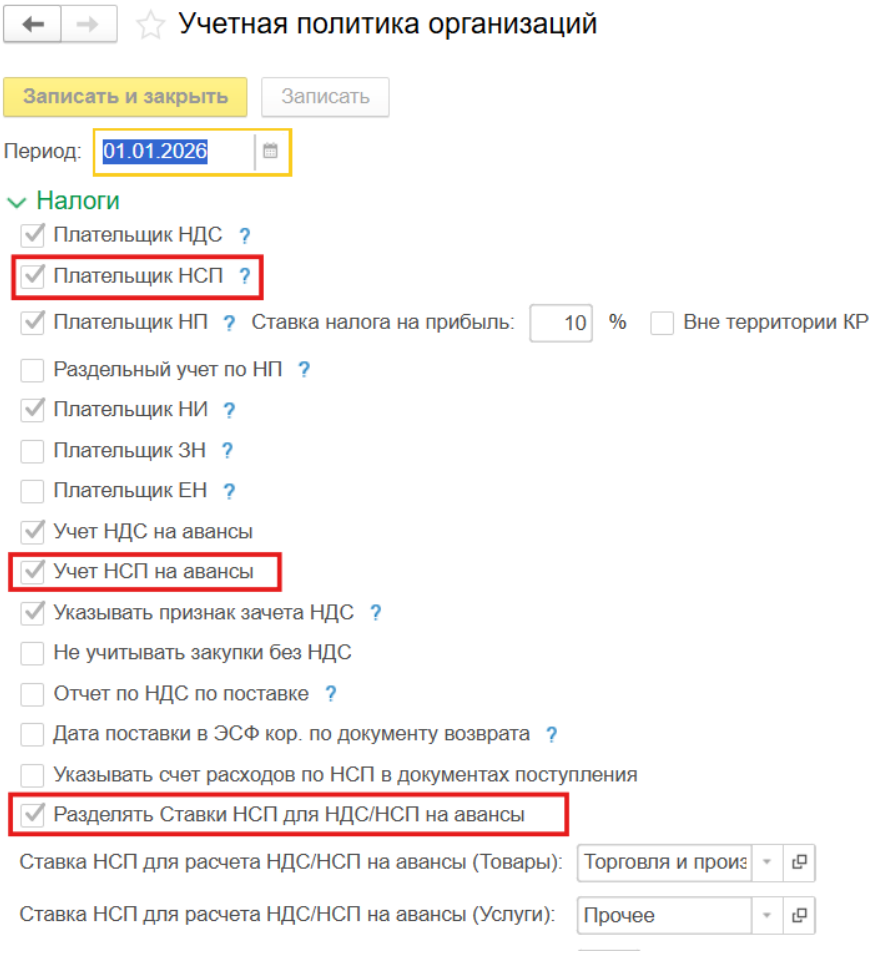


Рисунок 1 – Учетная политика организаций

Для использования разных ставок НСП для товаров и услуг необходимо установить флаг «Разделять ставки НСП для НДС/НСП на авансы» и указать соответствующие ставки для товаров и услуг.

В этом случае, в договоре с покупателем обязательно устанавливается признак «Товары» или «Услуги».

Рассмотрим пример расчета НСП на полученный аванс от покупателя.

В январе 2026 года от покупателя ОсОО «Парус» поступил аванс за товары в размере 5 000 сомов. Так как денежные средства поступили на расчетный счет, необходимо оформить документ «Платежное поручение входящее», которое создается через раздел Банк и касса → Банк → Платежное поручение входящее.

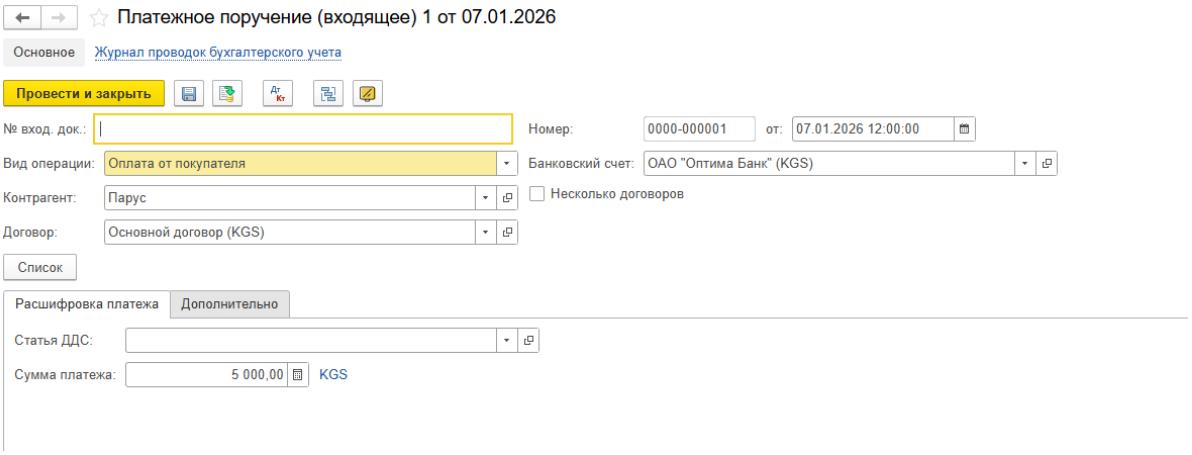


Рисунок 2 – Документ «Платежное поручение (входящее)»

В договоре контрагента устанавливается переключатель «Товары» или «Услуги». В рассматриваемом примере установлен вариант «Товары».

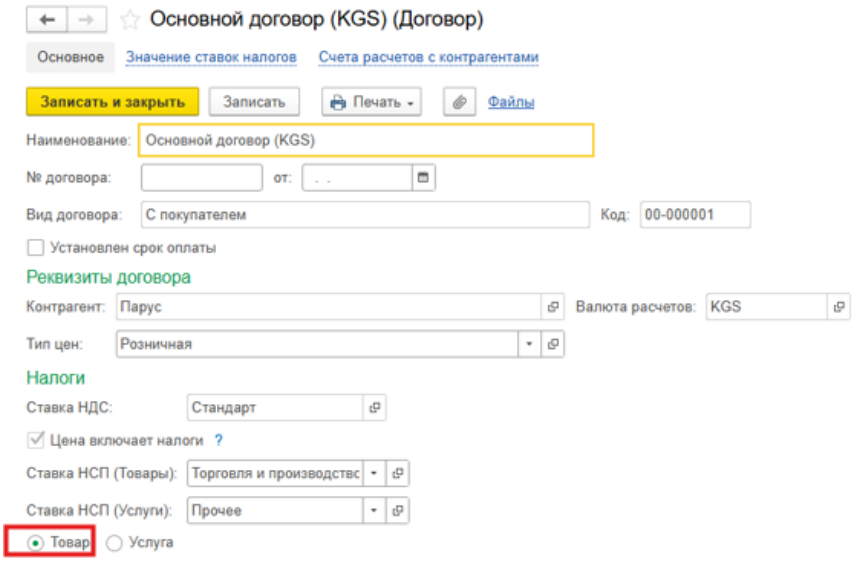


Рисунок 3 – Договор контрагента

После оформления платежного документа выполним Закрытие месяца за январь, установив флаг «Расчет НСП».

На закладке НСП отображается информация о том, что по контрагенту ОсОО «Парус» имеется полученный аванс, а отгрузка товара еще не проводилась. Закладка Расшифровка НСП отображает сумму документа, сумму аванса, сумму НДС и сумму НСП.

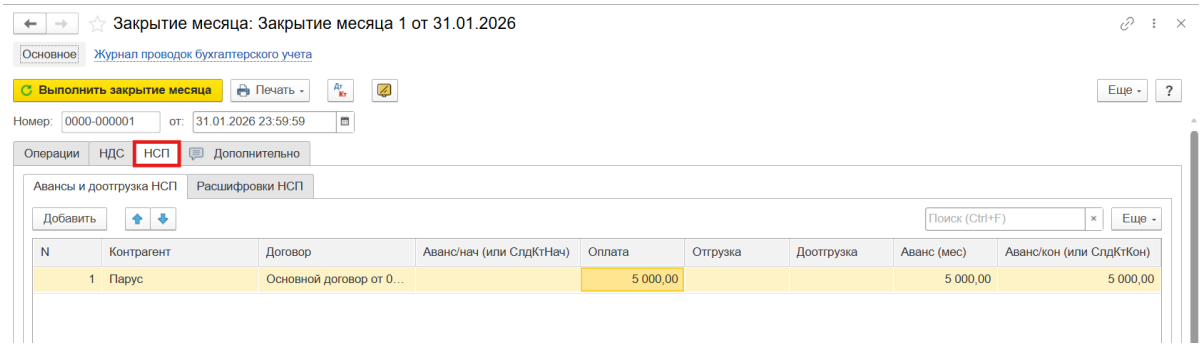


Рисунок 4 – Документ «Закрытие месяца», закладка НСП

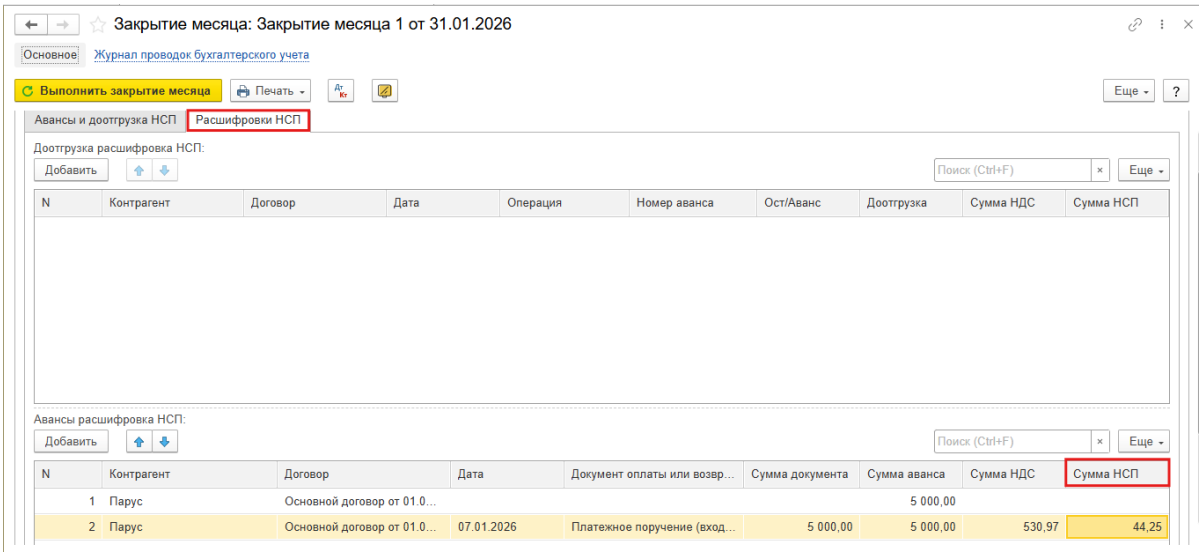


Рисунок 5 – Расшифровка НСП

Гиперссылка «Журнал проводок бухгалтерского учета» отражает сформированную проводку по НСП на авансы: Дт 1548 — Кт 3480.

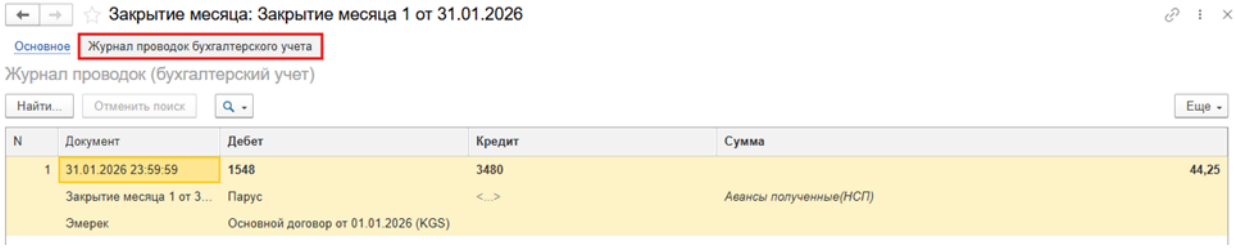


Рисунок 6 – Проводка по НСП на авансы

Таким образом, расчет НСП на авансы проводится при установленном флаге «Расчет НСП» в документе «Закрытие месяца»; при возникновении авансов формируется проводка: Дебет счёт 1548, Кредит 3480; сумма аванса записывается с плюсом, содержание проводки – «Авансы полученные (НСП)». В случае доотгрузки сумма записывается с минусом, содержание – «Отгрузка в счёт аванса (НСП).

Отчет по НСП

Стоит отметить, что в программе «1С: Бухгалтерия 8 для Кыргызстана, редакция 3» реализовано заполнение «Отчета по НСП» с учетом авансов и отгрузок, в счет ранее полученных авансов по НСП.

Отчет формируется в разделе «Отчеты» → «Налоговая отчетность» → «Отчеты по НСП». При формировании отчета указывается период, а также вид субъекта и вид отчета. По кнопке «Заполнить» формируется отчет.

Так, в нашем примере по полученному авансу в размере 5000 в отчёте автоматически заполнились выручка, ставка и сумма НСП.

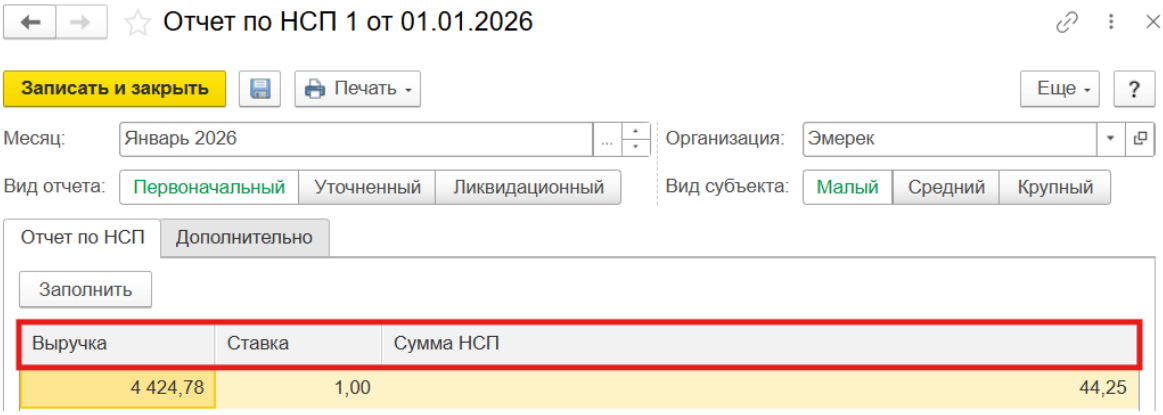


Рисунок 7 – Отчет по НСП

Заключение. Подводя итоги, следует подчеркнуть, что порядок расчёта НСП на авансы в «1С: Бухгалтерия 8 для Кыргызстана, редакция 3», аналогичен порядку расчёта НДС на авансы.

Таким образом, новый механизм «НСП на авансы» в программе «1С: Бухгалтерия 8 для Кыргызстана, редакция 3» позволяет корректно отражать расчет налога с продаж на авансовые платежи в соответствии с изменениями налогового законодательства Кыргызской Республики, вступившими в силу с 1 января 2026 года.

Библиографический список

1. 1С: Предприятие 8. Типовая конфигурация. Бухгалтерия для Кыргызстана, редакция 3 [Электронный ресурс]. – URL: https://1c-kato.kg/services/ tekushchie relizy/about_release/bpkr_30.php (дата обращения: 09.03.2026).

2. 1С-Като Экономикс [Электронный ресурс]. – URL: https://1c-kato.kg/.

3. О порядке определения даты налогового обязательства по налогу с продаж и единому налогу // Государственная налоговая служба при Кабинете Министров Кыргызской Республики. – URL: https://sti.gov.kg/news/details/a9d59e69-86b6-4f7f-baba-9aca6b7a6a35 (дата обращения: 09.03.2026).

Искусственный интеллект в маркетинге: повышение эффективности или формирование кризиса доверия потребителей

Б. Ж. Оморов, К. Т. Ормонбеков
Международный университет инновационных технологий,
г. Бишкек, Кыргызская Республика
Научный руководитель – канд. экон. наук,
доцент У. Н. Бусурманкулова

В данной работе рассматривается воздействие технологий искусственного интеллекта на развитие современного маркетинга и трансформацию его ключевых инструментов. Подчеркивается двойственная природа данного процесса: с одной стороны, внедрение алгоритмов обеспечивает рост эффективности, точности анализа и качества принимаемых решений, с другой – способствует усилению недоверия со стороны потребителей. Особое внимание уделяется вопросам персонализации, автоматизации коммуникаций, изменениям в поведении аудитории, а также этическим и социальным аспектам применения цифровых технологий.

На современном этапе развития экономики маркетинг переживает значительные изменения, связанные с внедрением технологий искусственного интеллекта. Использование алгоритмов обработки данных и машинного обучения позволяет компаниям более точно анализировать аудиторию и предсказывать её поведение. Это приводит к изменению традиционных подходов к продвижению товаров и услуг.

Цифровизация усилила ориентацию маркетинга на индивидуального потребителя. В отличие от массовых стратегий прошлого, сегодня ключевую роль играет персонализированное взаимодействие. Искусственный интеллект обеспечивает обработку больших объёмов информации в режиме реального времени, что позволяет учитывать особенности каждого пользователя.

В то же время наблюдается и обратная тенденция. Осознание того, что коммуникация осуществляется с использованием алгоритмов, вызывает у части аудитории недоверие. В результате возникает противоречие между технологической эффективностью и восприятием маркетинговых практик со стороны потребителей.

Применение искусственного интеллекта значительно расширяет возможности маркетинга. Одним из ключевых направлений является персонализация предложений. На основе анализа данных о поведении пользователей компании формируют индивидуальные рекомендации, что повышает вероятность отклика.

Государственная политика в области ИИ в Кыргызстане получает институциональное закрепление в Концепции цифровой трансформации на 2024–2028 годы, что позволяет говорить о переходе от точечных инноваций к системному внедрению интеллектуальных технологий.

Государственные меры поддержки развития искусственного интеллекта:

• Создание национальной инфраструктуры ИИ.

В рамках государственной политики запланировано создание Национальной платформы ИИ, включающей:

– репозиторий данных и моделей;

– акселераторы для стартапов;

–центры компетенций.

• Формирование институциональной системы регулирования. Подготовка кадров для экономики ИИ.

Важной мерой является внедрение в вузах программ подготовки специалистов в области:

– машинного обучения;

– нейронных сетей;

– больших данных;

– анализа данных;

–архитектуры ИИ.

• Создание высокопроизводительного вычислительного центра.

Планируется создание центра с мощностью от 50 до 300 petaflops, предназначенного для:

– научных исследований;

– тестирования крупных моделей;

– развития отечественных разработок.

• Разработка ИИ на кыргызском языке. Отдельное внимание уделяется разработке платформ:

– «понимающих и разговаривающих» на кыргызском языке;

– анализирующих социальные данные;

– выполняющих медицинскую диагностику;

– работающих в агросекторе, энергетике, транспорте.

Государственная политика по развитию искусственного интеллекта в Кыргызской Республике представляет собой совокупность стратегических мер, направленных на формирование национальной экосистемы ИИ, включающей инфраструктурные решения, институциональное регулирование, кадровую подготовку и развитие технологического потенциала государства.

Данная экосистема предполагает создание единой технологической базы (национальной платформы ИИ), института управления и координации (Национального совета по ИИ), подготовку квалифицированных специалистов для цифровой экономики, а также формирование локальных технологических решений, в том числе разработку ИИ на кыргызском языке.

Комплексный характер государственной политики в сфере ИИ позволяет обеспечить устойчивое внедрение инноваций, укрепить цифровой суверенитет страны, повысить конкурентоспособность национальной экономики и расширить доступ населения к современным цифровым технологиям.

Несмотря на масштабность планов, существует ряд препятствий:

– недостаток финансирования науки,

– утечка IT-кадров за рубеж,

– отсутствие нормативной базы защиты данных,

– низкое качество цифровизации регионов.

Решение данных проблем возможно при условии:

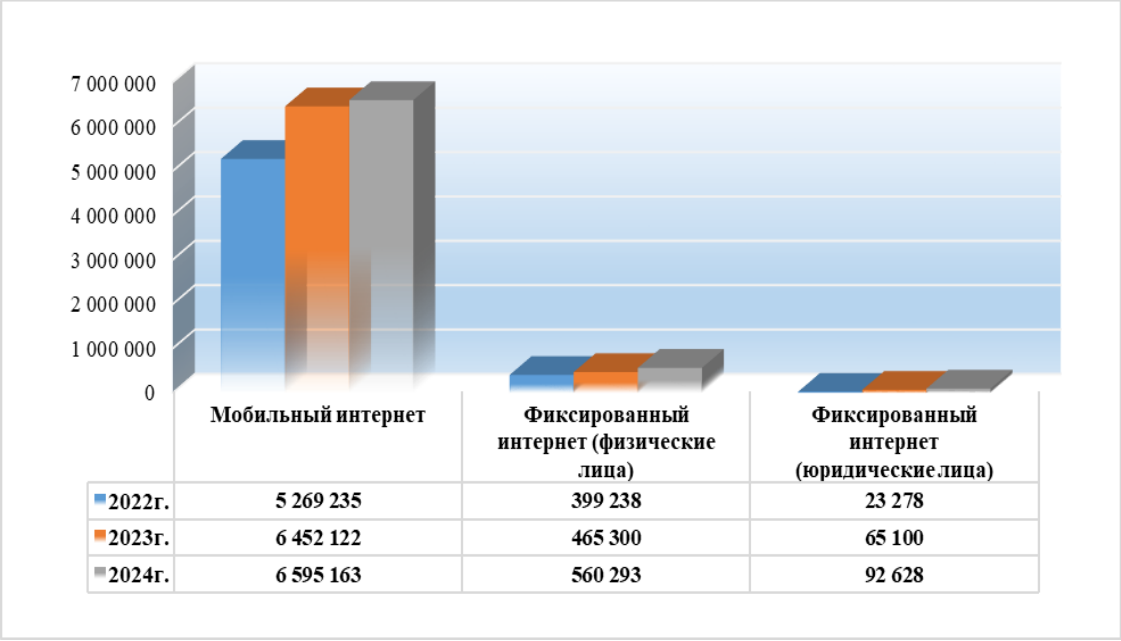
– увеличения государственных и частных инвестиций,

– развития механизмов государственно-частного партнёрства,

– ускоренного обучения специалистов и преподавателей,

– внедрения нормативов безопасности использования ИИ.

На основе официальных статистических данных фиксируется устойчивый рост числа интернет-пользователей в стране, что указывает на постепенное внедрение цифровых технологий во все сферы социально-экономической деятельности. Прежде всего, доминирующую роль в структуре подключения занимает мобильный интернет: в 2024 году его аудитория составила 6 593 163 пользователя. За анализируемый период рост общего числа пользователей мобильного интернета достиг 26,2 %, при этом наибольший прирост наблюдался в 2022–2023 гг. и составил 23 %, что объясняется расширением покрытия сетей и активным внедрением 4G-инфраструктуры. Однако в 2023–2024 гг. наблюдается снижение темпов роста до 2,7 %, что может свидетельствовать о частичном насыщении рынка и смещении акцента с количественного расширения к повышению качества услуг. В то же время фиксируется значительный рост фиксированного интернета среди физических лиц. В 2024 году его пользователями стали 560 293 домохозяйства, а совокупный прирост за два года (2022–2024 гг.) составил 43,72 %.



	Мобильный интернет	Фиксированный интернет (физические лица)	Фиксированный интернет (юридические лица)
2022г.	5 269 235	399 238	23 278
2023г.	6 452 122	465 300	65 100
2024г.	6 595 163	560 293	92 628

Количество интернет-пользователей в Кыргызской Республике за 2022-2024 гг.

Особенно высокий рост отмечается в 2023–2024 гг. на уровне 21–23 %, что свидетельствует об увеличении спроса на стабильные каналы связи, обусловленного активизацией дистанционных форм занятости, образования и бытового потребления цифровых сервисов.

Наиболее динамичным оказался сегмент фиксированного интернета среди юридических лиц. За период 2022–2023 гг. число пользователей увеличилось более чем в 2,5 раза, а за 2022–2024 гг. – в 3,5 раза, достигнув 92 628 организаций. Несмотря на замедление темпов в 2023–2024 гг. до 36,9 %, сегмент демонстрирует устойчивую тенденцию к цифровизации корпоративного сектора, что связано как с развитием электронной коммерции, так и с внедрением цифровых государственных услуг.

Таким образом, наблюдается расширение охвата интернет-услугами населения и предприятий, рост числа пользователей фиксированных и мобильных сетей, а также повышение значимости высокоскоростных каналов связи для частного и государственного сектора. Указанные процессы создают фундамент для углубления цифровизации экономики, внедрения инновационных решений и повышения конкурентоспособности страны в международном цифровом пространстве.

Кыргызстан делает стратегически важные шаги в направлении цифровизации и развития искусственного интеллекта. Государственные инициативы показывают переход от декларативных намерений к практической реализации. Своевременное формирование инфраструктуры, институций и кадров позволит стране занять достойное место в глобальной технологической системе. Успех политики будет зависеть от комплексной реализации мер и способности государства стимулировать инновации совместно с бизнесом и научным сообществом.

Автоматизация процессов также играет важную роль. Использование чат-ботов, систем рекомендаций и инструментов таргетированной рекламы позволяет ускорить коммуникацию с аудиторией и снизить издержки. Такие технологии обеспечивают непрерывное взаимодействие с клиентами без участия человека.

Кроме того, алгоритмы искусственного интеллекта позволяют выявлять скрытые закономерности в больших массивах данных. Это способствует более точному прогнозированию спроса и адаптации маркетинговых стратегий к изменяющимся условиям рынка.

Важным преимуществом является и оптимизация рекламной деятельности. Системы на основе ИИ способны автоматически перераспределять бюджет, выбирать наиболее эффективные каналы продвижения и корректировать содержание рекламных сообщений. Это повышает результативность маркетинговых кампаний.

Развитие технологий искусственного интеллекта влияет не только на бизнес, но и на самих потребителей. Современная аудитория ожидает быстрого и персонализированного взаимодействия с брендами. Удобство и скорость становятся ключевыми факторами выбора.

Одновременно усиливается обеспокоенность вопросами конфиденциальности. Пользователи всё чаще задумываются о том, каким образом используются их персональные данные. Это приводит к росту критического отношения к цифровым инструментам маркетинга.

Дополнительной проблемой является информационная перегрузка. Постоянный поток персонализированного контента может снижать внимание аудитории и вызывать усталость от рекламы. В таких условиях даже точные рекомендации не всегда приводят к желаемому эффекту.

Несмотря на очевидные преимущества, использование искусственного интеллекта связано с определенными рисками. Одним из них является снижение уровня доверия со стороны потребителей. Осознание автоматизированного характера взаимодействия может вызывать ощущение манипуляции.

Чрезмерная персонализация зачастую воспринимается как вмешательство в личное пространство. Это особенно заметно в случаях, когда реклама слишком точно отражает интересы пользователя. Подобные ситуации могут вызывать негативную реакцию и снижать лояльность к бренду.

Также стоит отметить проблему утраты «человеческого» характера коммуникации. Контент, созданный алгоритмами, часто лишён эмоциональной выразительности, что снижает его воспринимаемую ценность. В результате взаимодействие с брендом становится менее значимым для потребителя.

Вопросы этики занимают важное место в обсуждении роли искусственного интеллекта в маркетинге. Компании должны учитывать не только экономическую выгоду, но и последствия своих действий для общества.

Прозрачность обработки данных является одним из ключевых факторов формирования доверия. Пользователи должны иметь представление о том, каким образом используется их информация. Это способствует снижению напряжённости и повышает уровень лояльности.

Кроме того, важно ограничивать использование манипулятивных технологий. Применение алгоритмов для скрытого влияния на поведение потребителей может привести к негативным последствиям. В долгосрочной перспективе это подрывает репутацию компаний.

В дальнейшем значение искусственного интеллекта в маркетинге будет увеличиваться. Ожидается дальнейшее совершенствование алгоритмов и расширение сфер их применения. Однако устойчивое развитие возможно только при соблюдении баланса между эффективностью и доверием.

Перспективным направлением является сочетание автоматизированных технологий и человеческого участия. Такой подход позволяет сохранить эмоциональную составляющую коммуникации и повысить ее качество.

Также вероятно усиление контроля со стороны потребителей за использованием их данных. Это приведет к формированию новых стандартов взаимодействия между компаниями и аудиторией.

Таким образом, искусственный интеллект оказывает существенное влияние на развитие современного маркетинга. Его применение способствует повышению эффективности и точности маркетинговых решений.

В то же время использование данных технологий сопровождается рядом проблем, связанных с доверием и этическими аспектами. Для успешного применения искусственного интеллекта необходимо учитывать не только технологические возможности, но и восприятие со стороны потребителей.

Только при соблюдении баланса между инновациями и ответственностью возможно устойчивое развитие маркетинга в условиях цифровой трансформации.

Библиографический список

1. Концепция Цифровой трансформации Кыргызской Республики на 2024–2028 годы // Министерство юстиции. Централизованный банк данных правовой информации Кыргызской Республики. – URL: https://cbd.minjust.gov.kg/30-164/edition/6414/ru?lang=ru&ysclid=mte9r2c9nl253821995.

2. Национальный статистический комитет Кыргызской республики [Официальный сайт]. – URL: https://www.stat.gov.kg/ru/publications.

3. Министерство цифрового развития и инновационных технологий Кыргызской Республики [Официальный сайт]. – URL: https://digital.gov.kg/.

4. Карасев, Н. А. Теоретические аспекты исследования проблем и перспектив применения технологий искусственного интеллекта в менеджменте

российских компаний / Карасев Н. А., Климачев Т. Д. // Креативная экономика. – 2024. – Т. 18, № 2. – С. 337–356. DOI: 10.18334/ce.18.2.120490.

5. Устинова, О. Е. Искусственный интеллект в менеджменте компаний / О. Е. Устинова // Креативная экономика. – 2020. – Т. 14, № 5. – С. 885–904. – DOI: 10.18334/ce.14.5.102145.

6. Busurmankulova, U. N., Sagynalieva, M. I., Raimberdiev, B. S., Karpushova, S. E., Bandurina, I. P. Environmental aspects of product quality management with the help of corporate information sestems in support of the sustainable development of the AI economy. Proceedings on Engineering Sciences. 2025, vol. 7, no. 1, pp. 161–168.

7. Алиханов, А. А. Угрозы и вызовы экономической безопасности государства в условиях цифровизации / А. А. Алиханов, У. Н. Бусурманкулова // Вестник Кыргызского Национального университета им. Жусупа Баласагына. – 2022. – № 2 (110). – С. 389–394.

8. Искусственный интеллект в России – 2023: тренды и перспективы // Яков и Партнеры. – URL: https://www.yakov.partners/upload/iblock/c5e/c8t1wrkdne5y9a4nqlicderalwny7xh4/20231218_AI_future.pdf.

9. Сушкова, О. В. Особенности применения искусственного интеллекта в сфере цифровой предпринимательской деятельности / О. В. Сушкова // Вестник университета им. О. Е. Кутафина (МГЮА). – 2023. – № 8. – С. 132–138.

10. Худойнатов, А. Ж. Правовые проблемы регулирования сферы цифрового предпринимательства / А. Ж. Худойнатов // Вестник науки. – 2020. – Т. 5, № 5. – С. 135–139.

11. Тутов, Л. А. Искусственный интеллект на службе у предпринимательства – позиция новой австрийской теории / Л. А. Тутов, А. А. Измайлов // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. – 2024. – Т. 16, № 2. – С. 53–62. –DOI: 10.38050/2078-3809-2024-16-2-53-62.

Значение контроллинга в логистике

М. В. Падерин

Омский филиал Университета «Синергия», г. Омск

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры ЭТиКФ Е. С. Ивина

В современной коммерческой среде осуществляется множество разнообразных процессов, включая поиск новых поставщиков, различные этапы производства, управление складами, а также перевозку товаров к клиентам.

Эволюция бизнес-процессов в компаниях под воздействием внешних экономических и финансовых угроз ставит перед ними более строгие требования к эффективности управления. Как бы ни

взглянуть на ситуацию, без грамотно структурированной логистики в сегодняшних условиях бизнес не сможет функционировать эффективно и достигать запланированной прибыли. Логистика, непосредственно, играет огромную роль в оптимизации всех ключевых процессов. Многие воспринимают логистику исключительно как сферу, связанную с транспортировкой грузов. Однако на самом деле она охватывает все этапы – от планирования производства до окончательной доставки клиенту, а также управляет разнообразными производственными потоками на протяжении всего процесса [1].

В целом, логистика представляет собой систему организационных и управленческих процессов, а также технологических действий, направленных на эффективное управление движением материальных и других ресурсов. Это можно определить как бизнес-процесс, связанный с управлением, планированием и координацией перемещения товаров, а также информации и ресурсов от исходной точки, такой как производство или запасы, к конечному потребителю. Например, компания приобретает сырье, преобразует его в готовую продукцию на своем производственном этапе и затем осуществляет продажу покупателю. Такой процесс отражает материальный поток. Главной, и по сути основной, задачей логистики является снижение затрат, а также оптимизация процессов, что подразумевает уменьшение расходов и повышение прибыли.

Эффективная логистика требует своевременного и точного обмена информацией между всеми участниками цепочки поставок – поставщиками, производителями, складами, транспортными компаниями и клиентами. Системы управления запасами (WMS – Warehouse Management System), транспортного планирования (TMS – Transportation Management System), планирования ресурсов предприятия (ERP – Enterprise Resource Planning) играют ключевую роль в обеспечении прозрачности и эффективности логистических операций [2].

Применение цифровых технологий, таких как Internet of Things (IoT), Big Data аналитика и искусственный интеллект, позволяет оптимизировать логические процессы, предсказывать спрос, минимизировать риски и повысить эффективность на всех этапах.

Логистическая система действительно занимает центральное место в современной экономике и бизнесе, обеспечивая эффективное администрирование цепочек поставок, контроль и оптимизацию процесса доставки различных товаров. В контексте управле-

ния и мониторинга эффективности работы логистической системы организации и пересекаются логистика и контроллинг [3].

Термин «контроллинг» предполагает целостную систему поддержки управления организацией, а управление является значимой его составляющей. В мире среди ученых, пока не существует единого определения данного термина, но можно точно сказать, что контроллинг в сути своей состоит из нескольких частей, идущих в определенной последовательности, таких как:

– планирование, как разработка определенной стратегии, обсуждение плана, согласно целям организации;

– учет, предусматривающий выявление проблем и сбор необходимых данных;

– анализ, это разделение по группам, и выявление отклонений в каждой из них;

– координация, как процедура согласования управленческих решений внутри системы;

– контроль как оценка значений показателей, и фокусирование на принятых решениях.

Эти составляющие синтезируют в единое целое и имеют весомое значение в управлении логистической системой, и всей организацией.

Сейчас, при огромном количестве успешных компаний на рынке в области логистики, контроллинг – метод достаточно современный, направленный, в первую очередь, непосредственно на выживаемость организации, достижение её главных целей, а также на эффективную работу всех логистических процессов.

В условиях большой конкуренции, контроллинг в логистике становится всё более необходимым для внедрения в организации, где присутствует логистическая деятельность. Помощь в управлении логистическими процессами, достаточно значимая функция, которая не может не привлечь внимание владельцев различных организаций. По мимо всего, контроллинг объединяет практические и аналитические подходы, которые положительно действуют на совершенствование логистических процессов, уменьшая затраты, повышая прибыльность организации, и должным образом весомо повышая качество предоставляемых организацией услуг.

В логистическом направлении для достижения нужных организации целей применяются различные инструменты контроллинга, основные из них это:

– показатели эффективности (KPI) – это инстумент, который обеспечивает мониторинг и оценку продуктивности всех логистических процессов;

– анализ расхождений – показывает сравнение фактических показателей с плановыми, позволяя выявить причины отклонений и принять меры для их устранения;

– бюджетирование – ничто иное, как составление бюджета, и конечно же анализ логистических движений помогают полностью контролировать расходы и предвидеть какие ресурсы будут необходимы;

– системы управления складом (WMS) – здесь идут в ход самые передовые технологии по управлению складом и всеми его процессами, что позволяет тратить гораздо меньше времени на обработку заказов покупателей и вести полный контроль за запасами [4].

Основная цель контроллинга в логистике заключается непосредственно в более качественном использовании ресурсов организации, снижении издержек, и обеспечении непрерывной поставки различных товаров конечным потребителям. Такой инструмент предоставляет владельцам организаций отличную возможность принимать оптимальные решения на основе точного анализа данных о поставках, запасах, транспортировке и других не менее весомых деталей всего логистического процесса.

Основные задачи контроллинга логистических систем представлены в таблице.

Основные задачи контроллинга логистических систем

Задача	Характеристика
1. Анализ производительности	Метод сбора информации, помогает выявить проблемные места, и устранить их
2. Планирование и управление запасами	Метод планирования и управления запасами для уменьшения затрат на хранение и бесперебойность поставок
3. Оптимизация транспортировки	Выбор выгодных маршрутов доставки и определение количества транспорта для снижения логистических затрат
4. Контроль качества услуг	Постоянное изучение сервиса и обслуживания, даст возможность четко увидеть проблемные места и устранить их, или улучшить сервис в целом
5. Интеграция информационных систем	Использование информационных систем для мониторинга различных процессов, для удобства управления складом и всеми процессами в нем. Так же создается непрерывный поток данных между логистическими отделами организации

В заключение можно утверждать, что контроллинг в области логистики играет ключевую роль. С его помощью организация получает возможность отслеживать актуальную информацию о наличии запасов, сроках доставки, выполнении заказов и множестве других параметров, которые могут оказаться критически важными для успешного функционирования бизнеса. Эти аспекты обеспечивают возможность быстрого реагирования на возникающие проблемы и принятия нужных мер по устранению. Контроллинг необходим, в первую очередь для выживания организации и ее эффективной работы, а также не менее важен для логистической системы, так как снижение логистических затрат отражает увеличение прибыли организации.

Библиографический список

1. Пустынникова, Е. В. Логистика : учебное пособие / Е. В. Пустынникова. – Ульяновск : УлГУ, 2011. – 103 с.

2. Логистика : теория и практика / Г. Г. Левкин. – Ростов н/Д : Феникс, 2009. – 221 с.

3. Неруш, Ю. М. Логистика : учебник для вузов / Ю. М. Неруш, А. Ю. Неруш. – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 419 с.

4. Левкин, Г. Г. Контроллинг логистических систем : учебное пособие для вузов / Г. Г. Левкин, Н. Б. Куршакова. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 167 с.

Институциональные ловушки в сфере науки: механизмы возникновения и условия преодоления

Ю. А. Пономарева
Омский государственный педагогический университет, г. Омск
Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент В. Н. Елкина

Современная наука является сложным социальным институтом, от эффективности которого напрямую зависят темпы экономического роста и конкурентоспособность страны. Однако попытки реформирования российской науки часто наталкиваются на сопротивление сложившихся норм, что приводит к возникновению «ин-

ституциональных ловушек» – устойчивых, но неэффективных правил поведения. Актуальность исследования обусловлена разрывом между целями реформ и их реальными результатами, такими как имитация научной деятельности и бюрократизация. Цель данной статьи – выявить основные институциональные ловушки в сфере науки и определить условия выхода из них.

Понятие институциональной ловушки было введено в научный оборот академиком В. М. Полтеровичем. Под ним понимается неэффективная, но устойчивая норма поведения, имеющая самоподдерживающийся характер [5]. Устойчивость такой нормы обеспечивается эффектами координации, обучения, сопряжения, а также культурной инерцией. Особую опасность эти ловушки представляют в периоды реформ, когда система может закрепиться на неоптимальной траектории развития (хреодный эффект) и остаться на ней даже после снятия внешнего воздействия [1, с. 26].

Функционирование сферы науки регулируется сложной системой формальных и неформальных институтов. Формальные институты включают законодательную базу, правила финансирования, публикационные стандарты и критерии оценки эффективности. Неформальные институты, фундамент которых заложил Р. Мертон (императивы CUDOS: универсализм, коллективизм, бескорыстие, организованный скептицизм), регулируют внутреннюю жизнь научного сообщества через научные школы, «незримые колледжи» и нормы цитирования [7]. Ключевое противоречие возникает, когда формальные механизмы контроля, ориентированные на количественные показатели, вступают в конфликт с ценностями академического этоса, порождая имитационные стратегии поведения.

В сфере науки сформировался комплекс взаимосвязанных институциональных ловушек. Ловушка метрик проявляется в подмене содержания научной деятельности погоней за формальными показателями (число публикаций, индекс Хирша). Руководство, не доверяя работникам, чьи достижения не вписываются в целевые показатели, стимулирует рост «хищнических» журналов и дробление публикаций [3, с. 160]. Ловушка возрастающей бюрократизации ведет к расширению контроля и снижению доверия к инициативам исследователей, которые вынуждены отвлекаться от основной деятельности для участия в бюрократических процессах. Ловушка кадрового потенциала выражается в разрыве поколений и утрате неявного знания из-за низкого уровня заработной платы и неуверенности мо-

лодых сотрудников в перспективах работы в науке. Ловушка стратегического планирования формирует ложные ориентиры развития, когда реальность расходится с планируемым состоянием, несмотря на формально предпринятые действия [2, с. 27].

Негативные последствия этих ловушек носят системный характер: снижение качества фундаментальных исследований, падение престижа профессии и, как следствие, технологическое отставание страны.

Преодоление выявленных ловушек требует комплекса мер. Выход из ловушки кадрового потенциала видится в целенаправленной государственной политике по восстановлению преемственности поколений. Этому способствуют гранты для научных групп под руководством лидеров с обязательным включением молодежи, программы «мегагрантов» для привлечения ведущих ученых, способных создавать новые научные школы, а также развитие молодежных лабораторий [6]. Важно не просто увеличивать финансирование, а создавать условия для передачи неявного знания от опытных исследователей к начинающим, в том числе через вовлечение бизнеса в подготовку кадров.

Для выхода из ловушки метрик необходима смена парадигмы оценки эффективности. Концептуальным решением является замещение «вертикальных» метрик, навязываемых администраторами, «низовыми» метриками, разрабатываемыми научным сообществом с учетом дисциплинарной специфики [3, с. 170]. Ключевую роль здесь играет возвращение качественной экспертизы. Мировое сообщество уже выработало соответствующие принципы в Лейденском манифесте и Сан-Францисской декларации (DORA), где провозглашается, что количественная оценка должна поддерживать качественную экспертизу, а не заменять ее [4]. Перспективной представляется траекторная модель оценки качества научного исследования, учитывающая качество цели, процесса и результата, а не только итоговые количественные показатели. Результат должен оцениваться через степень достижения исходной цели, а не сам по себе. Дополнительным инструментом могут стать альтметрики, позволяющие учесть влияние исследований за пределами академического сообщества.

Преодоление ловушки бюрократизации требует кардинального сокращения отчетной нагрузки, расширения финансовой автономии научных организаций и восстановления академического са-

моуправления. Опыт показывает, что избыточные процедуры и жесткость использования средств напрямую снижают исследовательские результаты. Так, в отчете Tata Institute of Fundamental Research (Индия) указывается, что при адекватной инфраструктуре «общий исследовательский результат мог бы легко удвоиться» [8]. Принцип выборности руководства самим научным сообществом способен обеспечить доверие к управленцам и понимание специфики научной работы.

Таким образом, институциональные ловушки в сфере науки представляют собой устойчивые неэффективные нормы, возникающие из-за дисбаланса формальных и неформальных институтов. Их преодоление требует не косметических изменений, а глубокой трансформации подходов к управлению: перехода от формального планирования к реальному прогнозированию, замещения количественных метрик качественной экспертизой, сокращения бюрократического давления и восстановления доверия к научному сообществу.

Библиографический список

1. Верников, А. В. «Институциональная ловушка»: научный термин или красивая метафора? / А. В. Верников // Journal of Institutional Studies. – 2020. – Т. 12, № 2. – С. 25–37.

2. Булетова, Н. Е. Онтологические парадоксы в системе государственного стратегического управления / Н. Е. Булетова, И. В. Горелова // Вопросы управления. – 2018. – № 5 (54). – С. 26–32.

3. Вольчик, В. В. Ловушка метрик, или почему недооценивается неявное знание в процессе регулирования сферы образования и науки / В. В. Вольчик, Е. В. Маслюкова // Terra Economicus. – 2018. – Т. 16, № 3. – С. 158–179.

4. Лейденский манифест для наукометрии : Для управления оценкой научных исследований следует использовать десять принципов / Д. Хикс, П. Воутерс [и др.] ; перевод А. А. Исэрова // Научная периодика: проблемы и решения. – 2015. – № 3. – С. 55–62.

5. Полтерович, В. М. Институциональные ловушки и экономические реформы / В. М. Полтерович // Экономика и математические методы. – 1999. – Т. 35, № 2. – С. 3–20.

6. Романов, Е. В. Институциональные ловушки в научно-образовательной сфере: природа и механизм ликвидации / Е. В. Романов // Образование и наука. – 2020. – Т. 22, № 9. – С. 107–147.

7. Фундаментальные аспекты этоса науки / А. Л. Андреев, Л. А. Микешина, И. П. Меркулов [и др.] // Эпистемология и философия науки. – 2008. – Т. 18, № 4. – С. 56–78.

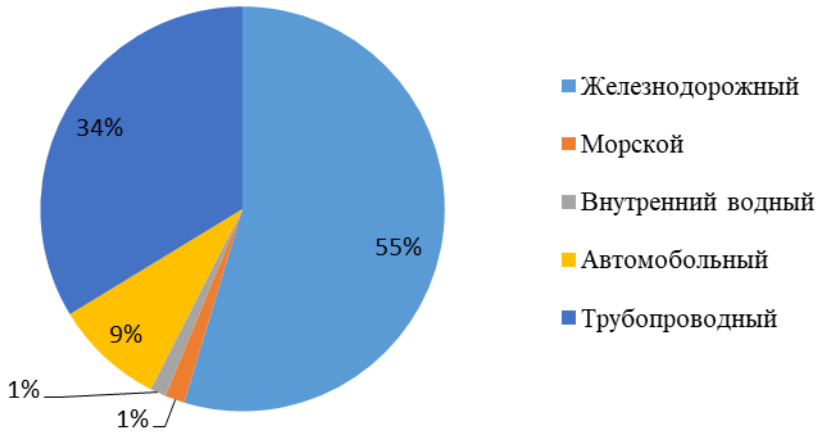
8. Tata Institute of Fundamental Research : Publications 2022 [Электронный ресурс]. – URL: https://www.tifrh.res.in/research/publications/publications-2022/.

Перспективы развития внутреннего водного транспорта в Российской Федерации

М. А. Резанов
Омское командное речное училище имени В. И. Евдокимова (Омский институт водного транспорта – филиал Сибирского государственного университета водного транспорта), г. Омск
Научный руководитель – преподаватель высшей квалификационной категории Е. А. Егоров

В современных условиях стремительно развивающейся, экономики РФ важное значение принимает сфера, развития транспортной отросли, с целью создания единой коммуникации, которая будет удобной и доступной для всех регионов, сократит время в пути, увеличит безопасность и улучшит логистику между регионами страны и установит международное сообщение. Без сбалансированной транспортной системы невозможно развитие экономики страны [1].

Одним из элементов транспортной системы Российской Федерации является внутренний водный транспорт – транспорт, осуществляющий перевозки грузов и пассажиров по внутренним водным путям, преимущественно рекам и озерам. Протяженность внутренних водных путей России составляет 101,59 тысячи км, из них с гарантированными габаритами судовых ходов 50682,8 км, с выставлением средств навигационной обстановки 54389,7 км, из них с круглосуточным движением судов 39953,4 км. При этом 78% водных путей являются безальтернативными для доставки грузов и пассажиров [2].



Грузооборот РФ по видам транспорта по итогам 2025 года

Несмотря на это речной транспорт часто становится предметом обсуждений и дискуссий рационалистов транспортной отрасли, ведь не лишенный недостатков, он имеет и большие преимущества, а в некоторых аспектах даже незаменим, для оборота грузов и пассажиров РФ.

Речной флот, доставшийся современным судоходным организациям как наследство советского времени, имеет большую надежность и выполняет свои задачи и в нынешнее время. Но любое техническое изделие имеет свой ресурс. И эксплуатация имеющегося флота и гидротехнических сооружений без обновления и модернизации является большим риском и безответственным отношением к будущему этой транспортной отросли.

Приватизация, проводимая в 1990-х годах, разделила крупные пароходства на судоходные компании, например, из государственного предприятия «Иртышское ордена Трудового Красного Знамени речное пароходство». Были обособленны: ПАО «Иртышское пароходство», «Омский судоремонтно-судостроительный завод», «Иртышская ремонтно-эксплуатационная база флота», АО «Омский речной порт», в одиночку не обладающие достаточными мощностями, для строительства речных судов, и гидротехнических сооружений. Из-за чего количество речных судов стремительно сокращается.

И актуальным становится вопрос о замене внутреннего водного транспорта другими видами грузоперевозок – железнодорожными или авиационными. Однако авиаперевозки имеют большую стоимость при малой массе перевозимого груза. И грузоперевозки в подобные пункты осуществляют водным транспортом. Следовательно, игнорировать устаревание Российского речного флота опасно для развития государства.

Сотрудничество РФ и КНР может способствовать развитию Российского речного флота. Проект «Речной доктрины Российской Федерации», разработанный группой российских экспертов в 2014 году московского Института демографии, миграции и регионального развития, предусматривает создание Иртышско-Обской глубоководной магистрали (КНР, Казахстан, Россия). В Международном мультимедиа центре «Евразия сегодня» в январе 2026 года прошла встреча в формате открытого разговора, посвященная перспективам развития транспортной системы Иртыш – Северный Морской путь. При реализации проекта будет создана альтернатива традиционным путям, которая разгрузит дороги и железнодорожные магистрали,

уменьшится стоимость перевозки грузов. Омская область не просто предлагает идею, а уже активно ведёт работу с партнёрами. Так, летом 2025 года была проведена экспедиция по регионам Казахстана, расположенным на Иртыше, для обсуждения сотрудничества.

Для дальнейшего развития внутреннего водного транспорта, повышения рентабельности судоходных компаний в ближайшее время необходимо принять комплекс мер, включающий в себя:

• Строительство новых судов и модернизацию устаревших судов. Основанной на анализе работы существующих судов, и использовать наиболее эффективные проекты в качестве прототипов для постройки новых судов и модернизации существующих [3].

• Строительство и модернизацию гидротехнических сооружений. Что повысит скорость и безопасность переходов, при использовании шлюзов, и возможность контроля уровень воды, что увеличит массу груза, перевозимую судами, создаст условия для безопасного расхождения судов, идущих в разных направлениях и обгона тихоходных судов скоростными.

• Строительство и модернизацию речных портовых сооружений, являющихся устаревшими. Необходимо создать: интеграцию с другими видами транспорта, совместно с созданием унифицированных терминалов, для перевалки грузов между различными видами транспорта, с высокими степенями автоматизации для повышения скорости и эффективности погрузочно-разгрузочных работ.

• Усовершенствование менеджмента и логистики. Что включает в себя использование современных цифровых технологий для анализа информации и принятия оптимальных решений в кратчайшие сроки с минимальными издержками, использование и развитие транспортных коридоров и связанные с этим технические, правовые и организационно-управленческие решения [4].

• Разработка и использование научно-технических достижений. Имея многолетний опыт эксплуатации внутреннего водного транспорта, необходимо выделять позитивный и стремится исключать негативный опыт использования. Для чего необходимо инвестировать в развитие и научную деятельность профильных образовательных учреждений [5].

• Реализация мер государственной поддержки развития внутреннего водного транспорта. В виде: прямых, к которым относятся участие государства в собственности деловых организаций, государственные прямые субсидии, административно-правовые меры.

И косвенные методы, к которым относят льготную налоговую политику, ускоренную амортизацию.

При выполнении этих условий использование Внутреннего Водного транспорта будет продолжаться безопасно и эффективно.

Таким образом, водный транспорт является безальтернативным субъектом, транспортной отросли, переживающим время застоя. Для преодоления, которого применяются методы, изложенные в этой статье. И при реализации, которых у внутреннего водного транспорта увеличится грузооборот и объем перевозок.

Библиографический список

1. Сорокалетова, Е. И. Проблемы и перспективы развития внутренних водных путей РФ / Е. И. Сорокалетова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2023. – № 1-2 (95). – С. 83–91. – DOI: 10.24412/2411-0450-2023-1-2-83-91.

2. Савинкина, А. Р. Современное состояние и актуальные проблемы развития водного транспорта России / А. Р. Савинкина, А. А. Данилина, А. В. Чижикова // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2021. – № 11-3. – С. 230-234. – DOI: 10.24412/2500-1000-2021-11-3-230-234.

3. Проблемы и методы обновления речных судов / В. Ю. Корьев, М. В. Никулина, Ю. И. Платов, И. В. Уставщиков // Научные проблемы водного транспорта. – 2022. – № 70. – С. 189–202.

4. Кренгауз, И. Н. Цифровая трансформация логистики: тренды, вызовы и перспективы / И. Н. Кренгауз // Молодой исследователь Дона. – 2025. – Т. 8, №5. – С. 122–132.

5. Выставкина, Е. В. Назначение гидротехнических сооружений / Е. В. Выставкина // Colloquium-journal. – 2022. – № 9 (132). – С. 37–39.

Современные тенденции и проблемы управления персоналом в условиях цифровизации экономики Кыргызской Республики

А. А. Саадабекова, А. Б. Субакеева
Международный университет инновационных технологий,
г. Бишкек, Кыргызская Республика
Научный руководитель – канд. экон. наук,
доцент У. Н. Бусурманкулова

В статье рассматривается трансформация HR-функций в Кыргызстане на фоне реализации национальных цифровых программ и

вступления в силу Цифрового кодекса КР (2026 г.). Проанализированы ключевые тренды: автоматизация кадрового делопроизводства, дефицит IT-талантов и переход к гибридным моделям работы. Особое внимание уделено проблемам цифрового разрыва и необходимости пересмотра образовательных стандартов.

На современном этапе развития Кыргызская Республика переживает глубокую трансформацию социально-экономической модели. Принятие в 2024 году «Концепции цифровой трансформации на 2024–2028 годы» и последующее введение в действие Цифрового кодекса КР в феврале 2026 года заложили фундамент для «цифрового скачка».

Центральным элементом этой трансформации становится человек. Управление персоналом (HRM) перестает быть вспомогательной административной функцией и превращается в стратегический инструмент управления изменениями. Однако переход к цифровому HRM в Кыргызстане сопровождается рядом специфических вызовов, обусловленных как глобальными трендами, так и локальными особенностями рынка труда.

Цифровизация HRM подразумевает не просто перевод бумажных документов в электронный вид, а перестройку всей философии взаимодействия работодателя и сотрудника. В Кыргызстане этот процесс стимулируется сверху – через государственные инициативы:

1. Интеграция с ГИС (Государственными информационными системами): Платформа «Тундук» стала базой для обмена данными о трудовом стаже, образовании и налогах.

2. Электронная трудовая книжка: К 2025 году КР практически полностью перешла на цифровой учет трудовой деятельности, что радикально сократило бюрократическую нагрузку на HR-отделы.

3. Цифровой кодекс 2026 года: Этот документ стал «конституцией» цифрового пространства, установив жесткие рамки использования алгоритмического управления (ИИ) в найме и защите биометрических данных сотрудников.

Крупный бизнес Кыргызстана (банковский сектор, телеком, ритейл) массово внедряет системы класса HRM и ATS (Applicant Tracking Systems). Основной фокус сместился на:

• Self-service порталы: сотрудники самостоятельно заказывают справки, планируют отпуска и видят свои KPI через мобильные приложения.

• ИИ в рекрутинге: Первичный скрининг резюме на платформе HeadHunter.kg и локальных ресурсах всё чаще проводят нейросети, что сокращает время закрытия вакансий на 30–40 %.

Пандемия и последующая релокация зарубежных IT-специалистов в 2022–2024 годах приучили местный рынок к гибридному формату. В 2026 году около 25 процентов офисных сотрудников в Бишкеке работают удаленно как минимум 2 дня в неделю. Это потребовало от HR внедрения инструментов управления по результатам (OKR – Objectives and Key Results) вместо контроля времени пребывания в офисе.

Из-за высокой скорости устаревания навыков компании в КР начали создавать собственные корпоративные университеты и онлайн-платформы (LMS). По данным Министерства труда, спрос на переобучение (reskilling) вырос в 3 раза по сравнению с 2021 годом.

Несмотря на прогресс, цифровизация HRM в Кыргызстане сталкивается с серьезными препятствиями.

Кыргызстан находится в состоянии жесткой конкуренции за таланты с глобальным рынком. Местные IT-специалисты часто предпочитают работать на зарубежные компании удаленно, что создает дефицит квалифицированных кадров для внутреннего рынка. Индекс конкуренции в IT-секторе КР остается аномально низким, что ведет к неоправданному росту зарплатных ожиданий.

Бишкек аккумулирует почти 40 процентов цифровых ресурсов страны. В регионах (особенно в отдаленных районах Баткенской и Нарынской областей) внедрение цифровых инструментов HRM ограничено слабой инфраструктурой и низким уровнем цифровой грамотности населения [9].

Многие руководители «старой школы» психологически не готовы к прозрачности, которую несет цифровизация. Кроме того, новые требования Цифрового кодекса КР (2026) накладывают на компании огромную ответственность за утечку данных, к которой технически готовы далеко не все субъекты МСБ.

Согласно актуальным статистическим данным, современный рынок труда Кыргызстана демонстрирует выраженную отраслевую диспропорцию и качественные изменения в управлении персоналом. Наиболее высокооплачиваемым сегментом остается сфера информационных технологий и связи, где средняя заработная плата достигла 63 000 сомов. Этот показатель почти в два раза превы-

шает среднереспубликанский уровень, что подтверждает статус IT-сектора как локомотива экономики.

Параллельно с ростом доходов в технологичных отраслях наблюдается цифровая трансформация традиционных институтов. Так, в банковском секторе инвестиции в HR-tech (технологии для управления человеческими ресурсами) за последний год увеличились на 45 процентов. Это свидетельствует о стремлении финансовых организаций автоматизировать процессы подбора и развития кадров в условиях растущей конкуренции.

При этом макроэкономические показатели занятости выглядят неоднозначно. Несмотря на то, что уровень официальной безработицы сохраняется на минимальной отметке в 1,8 процента, серьезной проблемой остается скрытая безработица. Она проявляется в значительном несоответствии квалификации специалистов реальным требованиям рынка, что создает дефицит профессиональных кадров при формально низком числе незанятого населения.

Ситуация на рынке труда Кыргызской Республики определялась изменениями, происходящими в экономической и социальной сферах жизни республики.

Важнейшими индикаторами рынка труда являются уровень участия в рабочей силе, уровень занятости и уровень безработицы населения.

По итогам интегрированного обследования бюджетов домашних хозяйств и рабочей силы в 2024 г. численность рабочей силы в возрасте 15 лет и старше составила 2,9 млн человек, из них 2,8 млн занятых и 104,7 тыс. безработных [3].

Как показали результаты обследования рабочей силы, уровень участия населения в рабочей силе увеличился по сравнению с 2023г. на 0,6 процентных пункта и в 2024г. составил 59,3 процента, уровень занятости – на 0,8 процентных пункта и составил 57,1 процента, а уровень безработицы уменьшился с 4,1 процента в 2023 г. до 3,7 процента в 2024 г.

Уровень участия населения в рабочей силе в городских поселениях выше, чем в сельской местности.

Среднегодовая численность занятого населения в 2024 г. составила 2,8 млн человек. Основная доля занятых – 60,5 процента (1,7 млн человек) проживает в сельской местности и 39,5 процента (1,1 млн человек) – в городских поселениях.

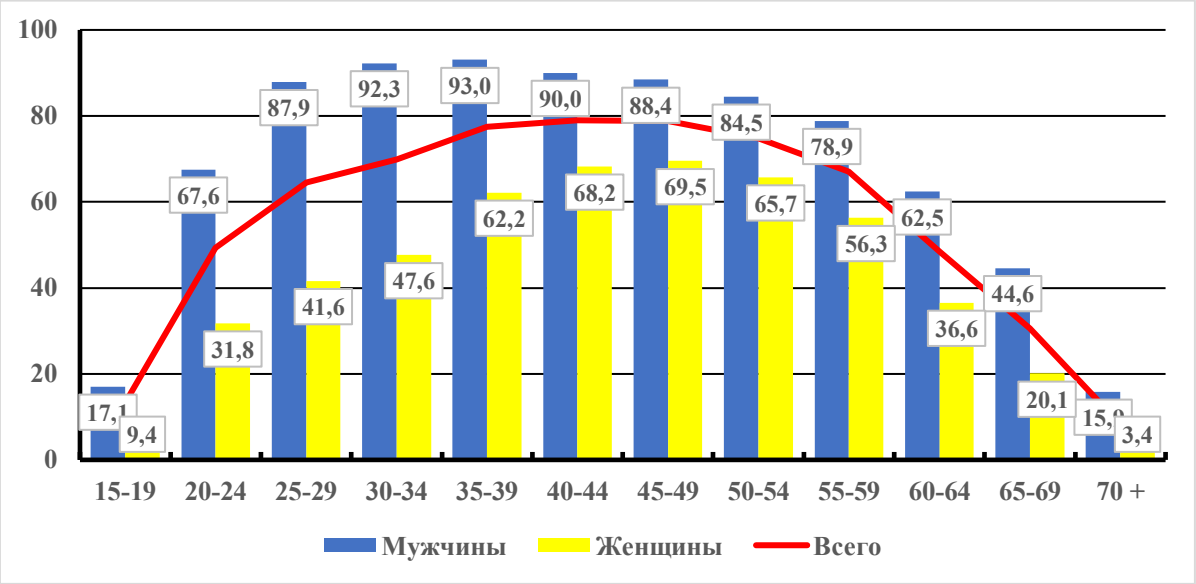


Рисунок 1 – Уровень занятости населения по возрастным группам и полу (в процентах)

Наибольших значений уровень безработицы достигает среди молодежи в возрасте 15–24 лет, составляя 8 процентов. Это объясняется тем, что именно на начальном этапе трудовой активности происходит наиболее интенсивный поиск своего призвания: молодые люди впервые выходят на рынок труда и чаще меняют работу в поисках подходящих условий. Многие из них также совмещают трудоустройство с учебой. Однако уже к 35–39 годам ситуация стабилизируется, и показатель безработицы снижается до 2,6 процента [4].

Образование играет ключевую роль в успешности трудоустройства. Самый низкий уровень безработицы зафиксирован среди лиц с неполным высшим (2,1 процента) и начальным профессиональным (2,6 процента) образованием. В то же время обладатели среднего общего и среднего профессионального образования сталкиваются с трудностями чаще - уровень безработицы в этих группах составляет 3,9 и 3,8 процента соответственно, что превышает средние показатели по республике.

Занятое население в целом отличается высоким уровнем квалификации. Каждый четвертый работник имеет высшее образование, а каждый восьмой – среднее профессиональное. При этом женщины демонстрируют более высокие показатели вовлеченности в образовательный процесс: доля обладательниц высшего образования среди работающих женщин составляет 32 процента против 20 процентов у мужчин. Аналогичный разрыв наблюдается и в

среднем профессиональном образовании – 17 процентов у женщин против 9 процентов у мужчин.

Что касается рабочего времени, средняя продолжительность фактической работы в неделю составила 38,2 часа, что несколько ниже нормативной нагрузки в 39,5 часов. В структуре экономики продолжает доминировать сельское хозяйство, лесное хозяйство и рыболовство, где занято 15,7 процента населения. Вторым по значимости работодателем выступает сфера торговли и ремонта транспорта (15,5 процента), а замыкает тройку лидеров строительство (12,2 процента). Также значительная доля занятых приходится на обрабатывающую промышленность, образование и транспортную логистику.

За последние пять лет в распределении трудовых ресурсов наметились определенные тренды. Доля занятых в сельском хозяйстве постепенно сокращается, снизившись с 18 процентов в 2020 году до 16 процентов в 2024-м. Параллельно с этим наблюдается рост сектора услуг – с 56 до 59 процентов, в то время как промышленность и строительство сохраняют стабильный уровень в 26 процентов.

Гендерное распределение по видам деятельности остается ярко выраженным. Женщины традиционно преобладают в сфере услуг: они составляют абсолютное большинство в операциях с недвижимостью, а также занимают около 80 процентов рабочих мест в здравоохранении и образовании. Мужчины же доминируют в производственных и технических отраслях, таких как строительство (99 процентов), транспорт (95 процентов) и добыча полезных ископаемых (92 процента).

Кроме того, важным элементом трудовой активности остается производство продукции для собственного использования. В 2024 году такой деятельностью занимались более 330 тысяч человек, из которых 56 процентов составили женщины. Общий уровень участия населения в этой форме труда оценивается примерно в 7 процентов.

В 2024 году значительную роль в экономике продолжал играть неформальный сектор, где численность занятых достигла 1,8 млн человек. Доля работающих в этом сегменте по основному месту деятельности составила 65 процентов от общей численности занятого населения. Структура неформального труда заметно различается в зависимости от типа местности. В селах основные силы сосредоточены в сельском хозяйстве (29 процентов), строительстве (19 про-

центов) и торговле (15 процентов). Для городских жителей, занятых неофициально, приоритетными сферами стали торговля и ремонт автомобилей (28 процентов), обрабатывающая промышленность (18 процентов) и строительство (14 процентов) [4].

Профессиональное распределение кадров в республике опирается на классификатор из девяти основных групп, что отражает специфику экономики регионов. В городах наиболее массовыми категориями являются работники сферы обслуживания и торговли (24 процента), квалифицированные рабочие промышленности (19 процентов) и специалисты-профессионалы (18 процентов). В сельской местности ведущие позиции занимают квалифицированные работники аграрного и лесного хозяйств (23 процента), а также персонал сферы услуг и торговли (18 процентов).

Анализ занятости через призму гендерного распределения показывает устойчивую специализацию. Женщины составляют большинство в группе специалистов-профессионалов (68 процентов), среди служащих по подготовке документации и учету (60 процентов), а также в сфере обслуживания (48 процентов). Мужское доминирование наиболее выражено среди операторов и сборщиков промышленного оборудования (97 процентов), квалифицированных рабочих промышленности (77 процентов) и на руководящих должностях (58 процентов). При этом общий уровень участия мужчин в трудовой деятельности на 29 процентных пунктов выше, чем у женщин (72 процента против 43 процентов).

Ситуация с безработицей в 2024 году продемонстрировала положительную динамику. Общий уровень безработицы снизился на 0,4 процентных пункта по сравнению с прошлым годом и составил 3,7 процента. В абсолютных цифрах численность безработных составила 104,7 тыс. человек. Несмотря на общее улучшение ситуации, женщины сталкиваются с отсутствием работы чаще, чем мужчины: уровень женской безработицы составляет 4,7 процента против 3 процентов среди мужского населения. В общем составе безработных доли распределились практически поровну – 51 процент женщин и 49 процентов мужчин.

Пик безработицы сегодня приходится на молодежь (15–24 года) – здесь показатель достигает 8 процентов. Это объясняется естественными причинами: молодые люди только выходят на рынок, активно пробуют себя в разных сферах и чаще меняют место

работы в поисках идеальных условий. Многие при этом совмещают поиск вакансий с учебой. Однако уже к 35–39 годам ситуация стабилизируется, и уровень безработицы падает до 2,6 процента.

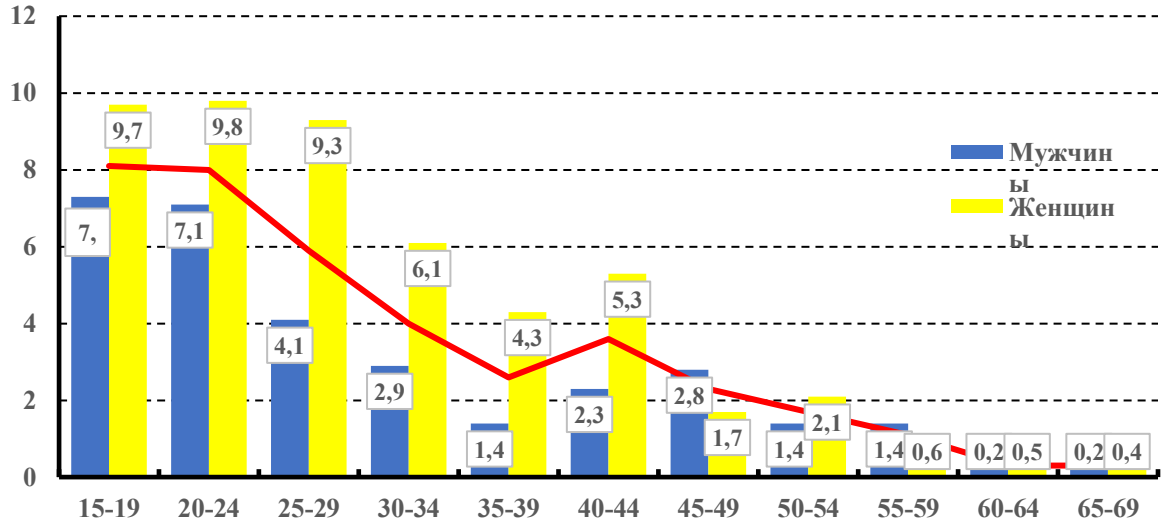


Рисунок 2 – Уровень безработицы по возрастным группам и полу (в процентах к численности рабочей силы в возрасте 15 лет и старше)

Интересная зависимость наблюдается в разрезе образования. Сложнее всего приходится обладателям среднего общего (3,9 %) и среднего профессионального (3,8 %) образования — их показатели выше среднего по стране. В то же время выпускники с неполным высшим (2,1 %) и начальным профобразованием (2,6 %) трудоустраиваются гораздо успешнее [4].

Отдельный сегмент рынка – работа «на себя» и самообеспечение. В 2024 году производством продукции для собственного использования занимались более 330 тысяч человек. Примечательно, что женщины в этой сфере проявляют большую активность (56 %), чем мужчины (44 %). В целом вовлеченность населения в такую форму трудовой деятельности составляет около 7 %.

Для успешной адаптации к цифровой среде работодателям Кыргызстана рекомендуется:

1. Инвестировать в «мягкие навыки» (Soft Skills): в мире, где рутину делает ИИ, критически важны эмпатия, лидерство и командная работа.

2. Развивать HR-аналитику: переходить от интуитивного управления к принятию решений на основе данных (анализ текучести, стоимости найма, удовлетворенности).

3. Локализация контента: использовать образовательные платформы на государственном языке для повышения вовлеченности сотрудников в регионах.

4. Сотрудничество с вузами: создавать совместные лаборатории (EdTech), чтобы выпускники обладали актуальными для рынка навыками.

Цифровизация экономики Кыргызской Республики – это необратимый процесс, который требует от HR-специалистов трансформации из «кадровиков-администраторов» в «бизнес-партнеров». Основной успех будет зависеть от способности компаний преодолеть инфраструктурные барьеры и выстроить человекоцентричную культуру в цифровой среде. Будущее HRM в КР – это симбиоз высоких технологий и глубокого понимания национального менталитета.

Цифровизация экономики Кыргызской Республики кардинально меняет ландшафт национального рынка труда, предъявляя новые требования к системе управления персоналом. С одной стороны, технологический рывок в IT-секторе и банковской сфере, подкрепленный существенными инвестициями в HR-tech и высоким уровнем заработных плат (до 63 000 сомов), создает стимулы для инновационного развития. С другой стороны, низкий показатель официальной безработицы (1,8 %) маскирует глубокую структурную проблему – высокую долю скрытой безработицы и квалификационный разрыв.

Главным вызовом для HR-менеджмента в современных условиях становится преодоление несоответствия навыков сотрудников требованиям цифровой эпохи. Успех трансформации экономики республики будет зависеть от способности бизнеса и государства перейти от формального обеспечения занятости к качественному развитию человеческого капитала, внедрению систем непрерывного обучения (lifelong learning) и эффективному использованию аналитических инструментов в управлении кадрами.

Библиографический список

1. Кыргызская Республика. Законы. О содействии занятости населения : закон Кыргызской Республики от 3 августа 2015 года № 214 : [в ред. от 23 янв. 2025 г.] // Эркин Тоо. – 2015. – 11 авг. (№ 75).

2. Кыргызская Республика. Законы. Трудовой кодекс Кыргызской Республики : принят Законодательным собранием Жогорку Кенеша Кыргызской

Республики 25 мая 2004 года : [в ред. от 23 дек. 2024 г.]. – Бишкек : [б. и.], 2004. – 206 с.

3. Занятость и безработица: Итоги интегрированного выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств и рабочей силы в 2024 г. : стат. сборник / Нац. стат. комитет Кыргызской Республики. – Бишкек: НСК КР, 2025. – 210 с.

4. Кыргызстан в цифрах : краткий стат. справочник / Нац. стат. комитет Кыргызской Республики. – Бишкек: НСК КР, 2024. – 350 с.

5. Методологические положения по проведению выборочного обследования рабочей силы : утв. постановлением Нац. стат. комитета Кыргызской Республики от 15 марта 2022 г. № 5. – Бишкек: НСК КР, 2022. – 45 с.

6. Рынок труда Кыргызской Республики и его показатели [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Кыргызской Республики: [сайт]. – URL: stat.gov.kg, свободный.

7. Мусаева, К. А. Рынок труда Кыргызстана: современные вызовы и тенденции : монография / К. А. Мусаева. – Бишкек : Илим, 2018. – 154 с.

8. Бусурманкулова, У. Н. Зеленая экономика в предпринимательстве Кыргызской Республики: вызовы и перспективы устойчивого развития / У. Н. Бусурманкулова, Н. Т. Тыналиева // Наука и инновационные технологии. – 2025. – № 2 (35). – С. 171–178. – DOI 10.33942/sit1422. – EDN RLFBFH.

9. Бусурманкулова, У. Н. Влияние электронной коммерции на экономический рост: анализ факторов и перспектив для развития бизнеса / У. Н. Бусурманкулова, Д. Б. Абылкасымов // Наука и инновационные технологии. – 2024. – № 3 (32). – С. 95–101. – DOI 10.33942/sit1271. – EDN DBIESZ.

Управление страхованием рисков промышленного предприятия в системе комплексного риск-менеджмента

А. О. Сакыпов
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент С. М. Ильченко

Современные промышленные предприятия работают в условиях высокой неопределенности, вызванной технологическим развитием, колебаниями на рынках и ужесточением нормативных требований. Любая непредвиденная ситуация может привести к существенным финансовым потерям. Для снижения негативных последствий используется системный подход к управлению рисками, в котором страхование выполняет ключевую роль.

Концепция ERM, предложенная Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission [1], рассматривает риски как элементы, способные повлиять на достижение стратегических целей предприятия. В отличие от разрозненного анализа угроз, ERM интегрирует риск-менеджмент в управление организацией в целом. В рамках этой системы страхование становится не только инструментом компенсации потерь, но и механизмом финансовой стабилизации.

Для практического применения целесообразно классифицировать риски промышленного предприятия по функциональному признаку (табл. 1).

Таблица 1 – Основные группы рисков и инструменты страховой защиты

Группа рисков	Примеры проявления	Способ страховой защиты
Имущественные	Утрата или повреждение оборудования	Договор имущественного страхования
Производственные	Снижение или остановка производства	Страхование перерыва в работе
Финансовые	Валютные колебания, неплатежи	Страхование финансовых рисков
Ответственность	Компенсация ущерба третьим лицам	Страхование гражданской ответственности

Принятие решения о страховании требует оценки вероятности наступления неблагоприятного события и величины возможного ущерба. Экономическая эффективность страховой защиты может быть рассчитана по формуле:

$$E = (L \times P) - CE = (L \setminus times\ P) - CE = (L \times P) - C,$$

где L – предполагаемый размер убытка;
P – вероятность наступления события;
C – страховая премия.
Пример расчетного обоснования представлен в табл. 2.

Таблица 2 – Пример оценки экономической целесообразности страхования

Показатель	Значение
Потенциальный ущерб (L), млн руб.	60
Вероятность события (P)	0,08
Ожидаемый ущерб (L × P), млн руб.	4,8
Страховая премия (C), млн руб.	3,5
Эффект страхования (E), млн руб.	1,3

Эффективность страховой программы подтверждается положительным значением E, что свидетельствует о выгоде передачи части риска страховщику.

Интеграция страхования в систему ERM выполняется через управленческий цикл, включающий выявление рисков, оценку их значимости, выбор методов управления и постоянный мониторинг.

Модель интеграции страхования в систему ERM

Стратегические цели предприятия
↓
Идентификация и оценка рисков
↓
Выбор метода управления риском (избежание, снижение, самострахование, страхование)
↓
Формирование страховой программы
↓
Мониторинг и корректировка страхового покрытия
↓
Поддержание финансовой устойчивости предприятия

Применение данной модели позволяет предприятию снижать колебания финансовых показателей и повышать устойчивость денежных потоков. Страхование не устраняет риск полностью, но трансформирует неопределенность в управляемый финансовый инструмент, обеспечивая стратегическую стабильность.

Таким образом, управление страхованием рисков является неотъемлемой частью комплексного риск-менеджмента промышленного предприятия. Эффективная страховая политика должна быть интегрирована в стратегическое управление и регулярно пересматриваться в зависимости от изменений внешней и внутренней среды предприятия.

Библиографический список

1. Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission. Enterprise Risk Management – Integrating with Strategy and Performance. New York: COSO, 2017.

2. Балабанов, И. Т. Риск-менеджмент / И. Т. Балабанов. – М. : Финансы и статистика, 2019. – 352 с.

3. Гвозденко, А. А. Страхование : учебник / А. А. Гвозденко. – М. : Проспект, 2020. – 496 с.

4. Шапкин, А. С. Экономические и финансовые риски / А. С. Шапкин, В. А. Шапкин. – М. : Дашков и К°, 2021. – 544 с.

5. Клейнер, Г. Б. Управление рисками предприятия / Г. Б. Клейнер // Вопросы экономики. – 2018. – № 5. – С. 45–59.

Методы обучения и повышение квалификации персонала: эффективные и современные способы развития сотрудников

Е. В. Сасов
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент С. М. Ильченко

Для обеспечения устойчивого роста и развития компании необходимо постоянно инвестировать в обучение и повышение квалификации своих сотрудников. В данной статье мы рассмотрим, как компании могут разработать индивидуальные планы профессионального роста и как сделать этот процесс более эффективным в условиях цифровой трансформации:

1. Определить навыки, которые будут необходимы компании в будущем для сохранения конкурентоспособности.

2. Определить навыки каждого сотрудника, чтобы выявить индивидуальные пробелы в знаниях и умениях. Это позволит разработать более целенаправленные индивидуальные планы и программы обучения.

3. Разработать индивидуальные планы развития навыков для каждого сотрудника, учитывая их потребности и требования компании. Эти планы должны быть конкретными и адаптированными к особенностям каждого работника. Необходимо включить в них перечень учебных ресурсов и мероприятий, которые помогут сотрудникам приобрести необходимые компетенции.

4. Предложить разнообразные методы обучения, соответствующие индивидуальным предпочтениям и потребностям сотрудников.

Это могут быть онлайн-курсы, наставничество, тренинги на рабочем месте, и другие форматы. Необходимо дать сотрудникам возможность выбрать наиболее подходящий для них способ обучения.

5. Следить за прогрессом сотрудников и вносить коррективы в их планы развития. Обеспечить обратную связь и разработать систему поощрений для поддержания мотивации и стимулирования профессионального роста [1].

Итак, сотрудники – это ключевой ресурс любой компании. Инвестиции в их обучение и развитие приводят к повышению производительности, росту вовлеченности работников в производственный процесс компании и снижению текучести кадров.

В данной статье мы рассмотрим эффективные подходы к развитию персонала в условиях нарастающей цифровизации. Эти методы можно разделить на три категории: директивные, интерактивные и личностные.

Директивные методы основываются на взаимодействии участников с наставниками, тренерами, инструкторами или коучами. Обучение проходит в очном формате. К таким методам относятся: лекции, секондмент, учебные курсы, семинары, наставничество, тренинги, инструктаж.

Интерактивные методы предполагают активное участие сотрудников в процессе обучения с использованием современных технологий. Благодаря интернету, теперь доступны различные варианты:

– дистанционное обучение;

– онлайн-конференции и вебинары;

– видеоуроки.

Многие методы обучения сегодня не требуют привлечения внешних специалистов, таких как тренеры или преподаватели. Сотрудники могут осваивать новые знания в удобное для них время и месте, что делает процесс более гибким. Видеоматериалы значительно упрощают восприятие информации.

Личностные методики обучения основаны на самостоятельном изучении материала. Ключевым фактором здесь является мотивация сотрудников [2].

В данной статье мы остановимся на таких современных и эффективных методах обучения персонала, как интерактивные методы.

Современные методы корпоративного обучения постоянно совершенствуются. То, что еще вчера считалось новаторским, напри-

мер, онлайн-курсы и геймификация, сегодня стало стандартом. Компании сегодня быстро адаптировались к новым условиям, переводя свои образовательные процессы в онлайн, что привело к бурному росту рынка корпоративных образовательных технологий (EdTech).

Онлайн-обучение стало неотъемлемой частью корпоративной культуры и продолжает набирать популярность в сфере корпоративного обучения. Системы управления обучением (LMS), такие как iSpring Learn, играют ключевую роль в организации дистанционного обучения в компаниях. Эти системы позволяют создать единую базу знаний, централизованно управлять образовательными программами, а также автоматизировать процесс массового обучения и оценки знаний. LMS обеспечивают возможность обучения сотрудников по всему миру, одновременно снижая затраты на традиционные очные занятия и командировки инструкторов. iSpring Learn используется более чем 59 000 компаниями в 172 странах. Внедрение этой передовой платформы позволяет компаниям создавать прочную основу для развития корпоративной системы обучения.

Основные преимущества корпоративного дистанционного обучения на платформе iSpring Learn – это гибкость, персонализация, аналитика, единые стандарты.

Также эффективным инструментом по обучению персонала является микрообучение: традиционно корпоративные онлайн-курсы длились 30–60 минут и требовали запоминания большого объема информации за один раз. Однако исследования показывают, что мозг человека не способен эффективно обрабатывать и сохранять большие объемы новых знаний. Поэтому микрообучение становится ключевым трендом 2025 года. Этот подход предполагает разделение учебного материала на короткие блоки по 5–10 минут, фокусирующиеся на конкретных навыках или концепциях. Микрокурсы можно проходить в любое удобное время, например, в перерывы между другими делами. Это идеально соответствует ритму современной жизни. Примеры микрообучения включают короткие видеоролики, инфографику, мини-викторины, статьи или подкасты. Такой формат особенно эффективен для закрепления и повторения материала, а также для обучения в короткие промежутки времени, когда необходимо быстро применить новые знания.

Социальное обучение: в последнее время все больше компаний выбирают социальное обучение, которое предполагает, что сотрудники учатся не только у наставников и тренеров, но и друг у друга. Это включает совместное решение задач, обмен опытом, взаимную поддержку и обратную связь.

С развитием инструментов для совместной работы, таких как Miro и Notion, а также корпоративных социальных сетей, социальное обучение стало более популярным и технологически продвинутым. Компании разрабатывают внутренние порталы и базы знаний, где сотрудники могут публиковать статьи, обсуждать исследования и делиться лучшими практиками [3].

Благодаря социальному обучению, сотрудники сами создают корпоративную культуру обмена знаниями и поддержки, быстрее адаптируются к новым условиям и достигают более высоких результатов.

Дополненная и виртуальная реальность (AR/VR): одной из самых инновационных тенденций в корпоративном образовании стало использование технологий AR/VR для создания иммерсивного обучения. VR-симуляторы позволяют безопасно отрабатывать сложные навыки, такие как работа с оборудованием, действия в экстремальных условиях и взаимодействие с клиентами. Дополненная реальность помогает быстро осваивать производственные процессы, визуализируя объекты и предоставляя пошаговые инструкции.

Примером использования VR в обучении стал проект компании KFC. Они создали VR-симулятор для приготовления фирменных блюд, что ускорило обучение и повысило производительность сотрудников. Новые сотрудники могут отработать навыки в виртуальной среде, что придает им уверенность на реальной кухне. Также приведем следующий пример: компания «Boeing» использовала AR для обучения сборке самолетов, что сократило время обучения на 40 % и уменьшило количество ошибок на 90 %. Прогнозируется, что использование AR и VR в корпоративном обучении вырастет на 60 % к 2026 году. Эти технологии позволяют проводить практическое обучение в безопасной среде и значительно ускоряют процесс освоения новых навыков.

Адаптивное обучение с применением искусственного интеллекта: персонализация становится ключевым стандартом в корпоративном образовании. Вместо стандартного контента сотрудники

получают индивидуальный образовательный опыт, адаптированный к их текущему уровню знаний, целям и стилю обучения. Это становится реальностью благодаря алгоритмам адаптивного обучения, поддерживаемым искусственным интеллектом. Нейронные сети используются для разработки персонализированных образовательных программ и карьерных планов, учитывающих индивидуальные особенности сотрудников. Персонализированное обучение основывается на анализе сильных и слабых сторон, выборе оптимальных стилей обучения и предоставлении соответствующего контента. Также обеспечивается поддержка и обратная связь, что повышает вовлеченность, мотивацию и результаты обучения, способствует адаптации к изменяющимся условиям и глобализации, а также достижению личных и профессиональных целей [4].

Этот подход позволяет не только анализировать данные, но и определять приоритеты в профессиональном развитии сотрудников. Нейронные сети предлагают персонализированные пути обучения, выявляют сильные стороны команды и способствуют их совместному, эффективному развитию.

Проектно-ориентированное обучение (PBL) также является эффективным методом и популярным трендом в непрерывном образовании в технологическом секторе. Сотрудники учатся, работая над реальными проектами, значимыми для них, и моделируя весь цикл работы – от идеи до реализации. Это позволяет им применять свои знания в практических ситуациях, развивать навыки взаимодействия с различными сообществами и реализовывать свои интересы. Работники демонстрируют высокую мотивацию, вовлеченность и готовность к будущим вызовам [5].

С развитием технологий искусственного интеллекта адаптивное обучение становится всё более распространенным в компаниях. Оно позволяет создавать персонализированные учебные программы и ускорять развитие сотрудников [6].

Для успешного внедрения перспективных подходов к обучению необходимы соответствующие инструменты. Продукты iSpring, такие как система дистанционного обучения iSpring Learn и конструктор курсов iSpring Suite, предлагают комплексное решение для цифрового обучения в компаниях. Они позволяют полностью автоматизировать процессы создания учебных программ и оценки результатов обучения [7].

Итак, на основе вышесказанного можно сделать следующие выводы.

Развитие персонала в организации – это не разовая акция, а постоянное «прокачивание» деловых и личностных качеств сотрудников.

Обучение персонала и повышение его квалификации в современных реалиях – это один из инструментов конкурентной борьбы, способ уменьшить текучесть кадров, замотивировать персонал, успешно решить стоящие перед компанией задачи. Обучение персонала в современных реалиях – это один из инструментов конкурентной борьбы, способ уменьшить текучесть кадров, замотивировать персонал, успешно решить стоящие перед компанией задачи. Среди главных задач корпоративного обучения в 2025 году – обучение и развитие под новые задачи и вызовы, освоение новых необходимых бизнесу профессий, адаптация новичков, обучение продуктам компании, внедрение корпоративных стандартов и создание баз знаний. В процессе обучения сотрудники повышают квалификацию, совершенствуют профессиональные, управленческие и коммуникативные навыки. «Заточенный» под современные стандарты и технологии специалист приобретает дополнительную ценность. Он может быстрее решить рабочие вопросы и достичь целей бизнес-стратегии. Обучение взаимовыгодно. Сотрудники получают возможность продвигаться по карьерной лестнице, компания - квалифицированный и мотивированный персонал. Затраты на обучение нужно рассматривать как долгосрочные инвестиции в человеческие ресурсы.

Инновационные методы с каждым годом становятся обязательным условием в деятельности любого предприятия. Инновационный подход повышения квалификации работников, требует от них самих использование инновационных методов, средств и форм обучения. Существуют определенные требования, выдвигаемые к современным инновационным формам обеспечения процесса обучения в системе повышения квалификации работников. Также, стоит отметить, что, когда применяются инновационные формы повышения квалификации работников, возможно не только более качественно подготавливать работника к инновационной деятельности, но и обеспечить ему бесперебойную информационную и научно-методическую помощь.

Библиографический список

1. Асалиев, А. М. Развитие и обучение персонала как основа повышения производительности труда / А. М. Асалиев, Е. В. Шубенкова // Россия: тенденции и перспективы развития. – 2020. - № 5. – С. 16–22.

2. Соловьёв, Д. П. Обучение и развитие персонала : учебное пособие / Д. П. Соловьёв. – Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2019. – 204 с

3. Развитие персонала: инновационный аспект / Е. А. Бюллер, Л. Т. Тлехурай-Берзегова, А. П. Бахова, С. К. Чиназирова // The Scientific Heritage. – 2020. – № 53 (3). – С. 35–37.

4. Мамедова, Д. Н. Актуальность переподготовки и повышения квалификации педагогических кадров / Д. Н. Мамедова // Образование и воспитание. – 2023. – № 3. – С. 43–45.

5. Ларин, С. Н. Повышение квалификации персонала как ключевой фактор развития персонала / С. Н. Ларин // Тенденции развития науки и образования. – 2018. – № 38-3. – С. 46–52.

6. Серкина Н. А. Совершенствование управления развитием персонала / Н. А. Серкина // Молодой ученый. – 2024. – № 18. – С. 286–289.

7. Кобыш, А. Н. Технологии и методы управления персоналом, связанные с обучением / А. Н. Кобыш // Проблемы научной мысли. – 2022. – Т. 1, № 4. – С. 11–13.

Внедрение изменений и управление в процессе контроллинга логистических цепей

П. А. Сафонов

Омский филиал Университета «Синергия», г. Омск

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры ЭТиКФ Е. С. Ивина

Ежедневно на смену старым устоям приходят новые технологии, рынок очень быстро меняется, точно так же как меняются предпочтения людей, в связи с этим каждая организация должна своевременно адаптироваться под современные реалии, чтобы сохранить свое финансовое состояние на текущем уровне.

В настоящее время клиент хочет видеть весь путь своего товара от начала и до конца, ведь такая возможность дает уверенность и спокойствие клиенту. Такое спокойствие может обеспечить контроллинг логистических цепей, в качестве метода систематическо-

го управления, а также анализа, так как может предоставить весь путь товара.

Четкая стратегия управления товаром требует определенных навыков: гибкости, оперативности, и эффективной системы управления ресурсами. Компании, которые тщательно анализируют логистические цепи, оптимизируют внешние и внутренние факторы под современные цели, а также своевременно влияют на них всегда занимают лидирующие позиции на рынке продаж [1].

Таким образом, существует необходимость анализа основных принципов и методов управления контроллинга логистических цепей.

Процесс контроллинга логистических цепей подвержен изменениям под влиянием современных технологий, например таких как TMS (Transportation management system) – система управления транспортом, которая подразумевает полный контроль транспортных грузоперевозок. TMS дает возможность не только полностью контролировать процесс перевозки, но также и подбирать наиболее выгодный, короткий и экономичный маршрут с детальным подбором контрагентов и возможностью анализа и контроля расчетов с ними.

Жизненный цикл продукта в настоящее время начинается как раз таки с момента возникновения идеи транспортировки, и тянет за собой длинную цепочку логистики, начиная от планирования и поиска контрагентов, маршрута и стоимости и заканчивая доставкой до места передачи товара клиенту. Чем понятнее и прозрачнее будет настроена система логистики, тем выше эффективность продаж [2].

При выборе системы управления логистическими цепями в организации существуют определенные риски, как и при принятии любого управленческого решения. Самым главным риском является не столько выбор системы, сколько финансовые возможности и взаимопонимание при создании этой системы. Так, например собственник не всегда может наиболее точно донести до разработчиков идею и концепцию системы при создании логистической цепочки, используя терминологию бизнеса, а разработчик IT-сферы не всегда дословно понимает требования, отсюда вытекает риск больших финансовых расходов и потеря времени.

Бесспорно, что уже существует огромное количество разработанных TMS-систем на мировом уровне, готовых к работе и их можно приобрести и внедрить в пользование. Однако в рамках текущей мировой ситуации существует риск запрета использования

определенных систем контроллинга логистических цепей на территории РФ.

Даже при использовании готового варианта системы существует необходимость ее адаптации под цели бизнеса, что усложняет ситуацию с использованием готового решения. Есть ли возможность у разработчиков совершенствования продукта или же это право не предоставляется вовсе, необходимо уточнять перед приобретением TMS-системы.

Так для двух разных бизнес-идея может продукт подходить на 100 % или же подходить только на 80% и существует необходимость его доработки или при отсутствии такой возможности данное решения является совершенно не актуальным [3]. Предлагаемый функционал системы должен быть готов к переработке и дополнению модулей. Так одной из самых важных функций является маршрутизация, которая чаще всего отсутствует и вместо нее предполагается только система отслеживания груза от точки А до точки Б, без возможности построения маршрута.

Так, управление перевозками в системе 1С: TMS Логистика. обеспечивает комплексную автоматизацию задач транспортной логистики с помощью программного обеспечения. Система отвечает за весь процесс управления логистикой с ГЛОНАСС-мониторингом движущихся объектов, то есть существует возможность контролировать не только автотранспорт, но и сам груз. Существует огромное множество успешных примеров внедрения данной программы в организации, например:

– «Логистик Групп» сократила общее время обработки заказов на 30 % с помощью автоматизации и планирования маршрутов со значительным снижением затрат на доставку;

– «Транспортная Ассоциация» благодаря возможности мониторинга груза снизила убытки по потере и браку грузов на 25 %, а топливные расходы на 15 %.

Можно сделать вывод о том, что система 1С: TMS Логистика Управление перевозками позволяет организациям не только сократить расходы, но и увеличить прибыль благодаря своему разнообразию функций. Однако, данная система не может быть идеально подходящей под все запросы, так, например функционала может быть недостаточно для крупных компаний со специфическими требованиями и настройки системы нельзя подстроить под уникальные бизнес-процессы.

Еще одним интересным инструментом контроллинга логистических цепей считаются платформы для прогнозирования спроса.

Каждая платформа по-своему уникальна и основная роль таких платформ – это аналитика с помощью новейших технологий для управления не только логистическим процессом, но и для создания прогнозных значений в определенных областях. Самыми популярными платформами на сегодняшний день считаются: SAP Integrated Business Planning, Oracle Demantra, Microsoft Azure Machine Learning.

Несмотря на такое разнообразие программ, платформ и систем для оптимизации логистики очень важен мониторинг товаров в реальном времени и эту потребность организаций закрывают такие технологии, как RFID и IoT. RFID – это система считывания метки с помощью программного обеспечения по радиосигналу, а IoT – это концепция использования в логистике специальных маячков. Так в совокупном использовании этих методов RFID-метки прикрепляются к товарам, а IoT-устройства позволяют отслеживать метки в реальном времени позволяя оперативно снижать возможности ошибок и упрощая цепочки поставок [4].

Еще одним не менее важным изменением в процессе контроллинга логистических цепей можно считать организацию дисциплинарных команд для осуществления анализа внешней среды с разных точек зрения. Например, если соединить финансовый отдел с IT-отделом, то можно получить новые формы системы отчетности, которые будут не только показывать цифровую информацию, но и наглядные графики и прогнозы по поставкам с расчетом рисков и угроз, а также учитывать современные тенденции и предлагать различные решения на этапе оценки угроз.

Обязательно при контроле логистических цепей использование показателей KPI, для анализа достижения поставленных целей организации, если же система менеджмента не будет учитывать данный показатель, то значит организация логистики будет подвержена не эффективному управлению.

Таким образом, можно подвести итог и сказать о том, что внедрение изменений и управление ими в процессе контроллинга логистических цепей является необходимой мерой для стабильно развивающихся компаний. Успешная организация логистических процессов напрямую влияет на весь бизнес в целом. Современные

методы и инструменты позволяют своевременно адаптироваться под текущего потребителя, главное научится использовать эти инструменты правильно. Каждая система, программа и платформа имеет свой функционал, который можно настроить под каждую нишу с учетом специфики. Автоматизация процессов логистики является одной из ключевых задач современных логистических операций в оптимизации цепочек поставок.

Библиографический список

1. Левкин, Г. Г. Логистика: теория и практика : учебник и практикум для вузов / Г. Г. Левкин. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2023. – 187 с.

2. Дыбская, В. В. Логистика : учебник для вузов / В. В. Дыбская, В. И. Сергеев ; под общей редакцией В. И. Сергеева. – М. : Издательство Юрайт, 2026. – 657 с.

3. Григорьев, М. Н. Логистика : учебник для бакалавров / М. Н. Григорьев, С. А. Уваров. – 4-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2023. – 836 с.

4. Конотопский, В. Ю. Логистика : учебник для вузов / В. Ю. Конотопский. – 4-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2025. – 139 с.

Инновационные подходы к управлению персоналом в туристической отрасли Кыргызской Республики

Таалайбек уулу Байэли, Н. К. Курманбекова
Международный университет инновационных технологий,
г. Бишкек, Кыргызская Республика
Научный руководитель – канд. экон. наук,
доцент У. Н. Бусурманкулова

В статье разбираются проблемы с кадрами в туризме Кыргызстана: сезонность, нехватка обученных специалистов, отсутствие контроля качества. Предлагается создать организацию по аккредитации турфирм и мобильное приложение для проверенных компаний – с маршрутами, AI-ассистентом, рейтингом и VR-рекламой природы страны. В основе идеи – принципы устойчивого туризма и сотрудничество государства с бизнесом.

Кыргызстан страна с огромным туристическим потенциалом. Природа Кыргызстана и его культура привлекает путешественников со всего мира. Тем не менее туристическая отрасль работает не развит в полном объеме. Одна из главных причин – проблемы с персоналом: нехватка обученных гидов, непрозрачность работы турфирм и отсутствие единого стандарта качества услуг.

По данным Национального статистического комитета КР, в последние годы наблюдается устойчивый рост туристического потока, особенно в летний период. Однако в сезонность многие тур компании набирают персонал на несколько месяцев, не заботясь о его обучении. В итоге туристы нередко сталкиваются с низким уровнем сервиса, а репутация страны страдает. Вопрос управления персоналом в туризме – не просто кадровая проблема, а вопрос конкурентоспособности всей отрасли [3].

Туристическая отрасль входит в число приоритетных секторов экономики страны. Государство активно работает над развитием инфраструктуры, поддержкой малого бизнеса в сфере гостеприимства и продвижением Кыргызстана на зарубежных рынках. По данным Национального статистического комитета КР в первой половине 2025 году были выделены инвестиции в размере 11,3 миллиарда сомов. Значительная часть средств направлена на масштабные проекты, такие как «Три вершины» и модернизацию баз в Иссык-Кульской области. Но несмотря на положительную динамику, в отрасли сохраняется ряд структурных проблем.

Рынок туристических услуг в значительной мере остается неструктурированным, на конец 2025 года туристические услуги оказывали 93 турфирмы без единого реестра или системы проверки качества. Турист, приехавший в Кыргызстан и выбирающий тур, фактически выбирает на свой страх и риск, доверяя случайным отзывам в интернете. Это снижает доверие к отрасли в целом [4].

Анализ основных индикаторов развития туризма в Кыргызской Республике за 2023–2025 гг. свидетельствует о положительной динамике развития отрасли.

Прежде всего, наблюдается устойчивый рост количества зарегистрированных хозяйствующих субъектов, связанных со сферой туризма: с 128,8 тыс. в 2023 году до 148,1 тыс. в 2025 году. Это указывает на повышение предпринимательской активности и расширение туристического рынка.

Основные индикаторы развития туризма
в Кыргызской Республике за 2023–2025 гг.

№ п/п	Основные индикаторы	2023	2024	2025
1.	Количество зарегистрированных хозяйствующих субъектов, связанных со сферой туризма	128,8	141,5	148,1
2.	Валовая добавленная стоимость в сфере туристической деятельности, млн сомов	47 855,3	58 237,8	74 371,9
3.	в процентах к ВВП	3,6	3,6	3,8
4.	Производство промышленной продукции, способствующий развитию туристического бизнеса, млн сом	2724,2	2854,0	4935,8
5.	Инвестиции в основной капитал в сфере туризма, млн сомов	16 874,5	23 313,0	19 505,0
6.	Доходы, полученные от перевозок туристов всеми видами транспорта, млн сомов	14 175,9	16 994,5	17 293,2
7.	Оборот розничной торговли в сфере туризма, млн сомов	46 318,3	55 301,6	74 644,7
8.	Оборот ресторанов, баров, столовых и др. предприятий по поставке готовой пищи, млн сомов	14 403	19 841,1	26 118,7
9.	Экспорт туристических услуг (доходы от приема иностранных граждан), млн долларов США	994,4	1016,5	1098,5
10.	Импорт туристических услуг (расходы граждан Кыргызстана за границей), млн долларов США	369,1	546,0	564,0

Валовая добавленная стоимость в сфере туристической деятельности также демонстрирует значительный рост – с 47 855,3 млн сомов в 2023 году до 74 371,9 млн сомов в 2025 году. Данный показатель отражает увеличение вклада туризма в экономику страны. При этом доля туризма в ВВП выросла с 3,6 % до 3,8 %, что свидетельствует о постепенном укреплении роли отрасли в национальной экономике.

Положительная динамика наблюдается и в производстве продукции, способствующей развитию туристического бизнеса: показатель увеличился почти в два раза – с 2 724,2 млн сомов до 4 935,8 млн сомов. Это говорит о развитии смежных отраслей и расширении инфраструктурной базы туризма.

Инвестиции в основной капитал в сфере туризма имеют нестабильную динамику: после роста с 16 874,5 млн сомов в 2023 году до

23 313,0 млн сомов в 2024 году, в 2025 году отмечается снижение до 19 505,0 млн сомов. Это может свидетельствовать о наличии определенных инвестиционных рисков или колебаний деловой активности.

Доходы от перевозок туристов всеми видами транспорта демонстрируют устойчивый рост – с 14 175,9 млн сомов до 17 293,2 млн сомов, что отражает увеличение туристических потоков и мобильности населения.

Существенно увеличился оборот розничной торговли в сфере туризма – с 46 318,3 млн сомов в 2023 году до 74 644,7 млн сомов в 2025 году. Аналогичная тенденция наблюдается в сфере общественного питания: оборот ресторанов, баров и столовых вырос с 14 403 млн сомов до 26 118,7 млн сомов, что свидетельствует о росте потребительской активности туристов.

Экспорт туристических услуг (доходы от иностранных граждан) показывает постепенный рост - с 994,4 млн долларов США до 1 098,5 млн долларов, что свидетельствует о повышении привлекательности страны на международном туристическом рынке. В то же время импорт туристических услуг также увеличивается (с 369,1 до 564,0 млн долларов), что указывает на рост выездного туризма.

Таким образом, в целом можно сделать вывод, что туристическая отрасль Кыргызской Республики развивается динамично: увеличиваются объемы услуг, растет предпринимательская активность и усиливается вклад туризма в экономику. Вместе с тем, нестабильность инвестиционных показателей и рост импорта туристических услуг указывают на необходимость совершенствования государственной политики и повышения конкурентоспособности внутреннего туристического продукта.

Для персонала специализированных учебных программ по туристическому менеджменту немного. Многие гиды и менеджеры приходят в профессию без формального образования.

Проблемы управления персоналом в туристической отрасли [10]:

1. Высокая текучесть кадров. Из-за сезонного характера тур компании не вкладываются в обучение сотрудников, компании не заинтересованы учить сотрудника, который уйдет через пару месяцев.

2. Отсутствие профессиональных стандартов. Непонятно какими навыками и знаниями должен владеть хороший гид или менеджер.

3. Слабая мотивация. Зарплаты в туризме нестабильны, карьерный рост непрозрачен, а условия труда в горных маршрутах суровые.

4. Слабая цифровая грамотность персонала. Сейчас туристы чаще всего бронируют и делают оплату через телефон (мобильное или веб приложение). Но на практике встречаются компании, где процесс все еще ведутся вручную или через устаревшие инструменты, что замедляет работу и ухудшает сервис. Все это создает цепочку проблем: низкое качество сервиса –> плохие отзывы –> меньше туристов –> меньше денег –> нет средств на обучение персонала.

В основе предлагаемого подхода лежат два принципа. Первый – модель устойчивого туризма (sustainable tourism), которая предполагает долгосрочное развитие отрасли с учетом интересов местных сообществ, экологии и качества услуг. Второй – государственно-частное партнерство (ГЧП): механизм, при котором государство создает правовую и организационную основу, а бизнес берет на себя операционную деятельность.

Сочетание двух принципов позволяет предложить системное решение.

Предлагается создать независимую аккредитационную организацию в сфере туризма. Ее задача – проводить проверку туристических компаний по единым стандартам: квалификация персонала, уровень безопасности маршрутов, прозрачность ценообразования. По итогам проверки формируется открытый реестр проверенных компаний. Только они получают право использовать специализированное мобильное приложение.

Приложение – это инновационный инструмент для цифровой трансформации туристического рынка. Это полноценная экосистема для туриста, которая включает:

– построение маршрутов;

– AI-ассистента;

– внутреннюю валюту (начисляется туристу после завершения тура и может быть использована при следующем обращении к любой аккредитованной компании);

– рейтинг компаний;

– VR-рекламу (виртуальные туры по природным объектам Кыргызстана для привлечения новых туристов).

Отдельного внимания заслуживает направление VR-рекламы. Предлагается сотрудничество с зарубежными VR-компаниями и тематическими VR-зонами (например, в торговых центрах Европы, Азии или арабских стран), где потенциальные туристы смогут побывать в горах Кыргызстана и посмотреть природу в 3D-формате. Это работает как интерактивный рекламный буклет, только несравнимо более убедительный [9].

Такой подход уже применяется в странах – Исландией, Новой Зеландией, ОАЭ для привлечения туристов. Кыргызстан с его природными ресурсами имеет все необходимое, чтобы создать не менее впечатляющий VR-контент.

Предложенная система прямые стимулы для повышения качества: только компании с хорошим рейтингом останутся в реестре. Это мотивирует вкладывать в обучение персонала, улучшать сервис, работать над отзывами. С экономической точки зрения – рост числа довольных туристов означает больше повторных посещений, а внутренняя валюта дополнительно стимулирует лояльность.

Риски и возможные пути их преодоления:

• Недоверие бизнеса. Часть компаний воспримет аккредитацию как лишнюю бюрократию. Решение – прозрачные критерии, бесплатное или льготное прохождение первичной аккредитации и наглядные преимущества участия (доступ к приложению, маркетинговая поддержка).

• Финансовые затраты. Разработка приложения и VR-контента требует вложений. Здесь логично задействовать механизмы ГЧП: государство может предоставить стартовое финансирование, а бизнес – операционные ресурсы. Возможно привлечение грантов международных фондов развития туризма.

• Технические сложности. Нестабильный интернет в горных районах – реальная проблема. Решение – офлайн-режим приложения для базовых функций и поэтапное внедрение, начиная с курортных зон Иссык-Куля.

Туристическая отрасль Кыргызстана находится на важном этапе развития. Страна обладает уникальными природными ресурсами – но без качественного человеческого капитала и современных инструментов управления этот потенциал будет реализован лишь частично.

На мой взгляд, создание системы аккредитации в связке с цифровой платформой – это не просто технологическая иннова-

ция, это попытка изменить саму культуру работы в туристическом бизнесе страны. Когда компания знает, что ее рейтинг формируется в режиме реального времени и от него зависит место в реестре, это становится мощным стимулом для профессионального роста персонала.

Такой проект требует времени, ресурсов и политических сил. Но начать можно с частичным запуском, например, в рамках Иссык-Кульской курортной зоны, а затем масштабировать на всю страну.

Библиографический список

1. Программа развития сферы туризма в Кыргызской Республике на 2019–2023 годы : утв. постановлением Правительства КР от 31 янв. 2019 г. № 36. – Бишкек : Правительство КР, 2019. – 48 с.

2. Программа устойчивого развития туризма на 2025–2030 годы : проект постановления Кабинета Министров КР от 18 дек. 2024 г. – Бишкек : Министерство экономики и коммерции КР, 2024. – 32 с.

3. Туризм в Кыргызстане : стат. сборник / Нац. стат. комитет Кыргыз. Респ. – Бишкек : Нацстатком, 2024. – 102 с.

4. Анализ индустрии туризма Кыргызской Республики / С. А. Исмаилова [и др.] // Экономика и предпринимательство. – 2024. – № 5 (166). – С. 442–447.

5. Байходжоева, М. С. Стандартизация и сертификация в туризме: учебное пособие для вузов / М. С. Байходжоева; Кыргыз. гос. техн. ун-т им. И. Раззакова. – Бишкек : Изд-во КГТУ, 2018. – 164 с.

6. Оценка текущего уровня развития туризма в особо охраняемых природных территориях на юге Кыргызстана // Наука, новые технологии и инновации Кыргызстана. – 2024. – № 1-4 (88). – С. 154–159.

7. Сборник «Туризм Кыргызстана»: ежегод. науч. изд. / Ассоциация туризма Шелкового пути. – Бишкек : Travel Asia, 2024. – Вып. 20. – 214 с.

8. Чормонтеева, А. С. Экономические аспекты развития устойчивого туризма в регионах Кыргызстана / А. С. Чормонтеева // Вестник Кыргызского национального университета имени Жусупа Баласагына. – 2021. – № 2 (106). – С. 115–120.

9. Бусурманкулова, У. Н. Сущность и особенности маркетинга в области сельского туризма / У. Н. Бусурманкулова, У. А. Борошов, Д. М. Ибраимова // М. Рыскулбеков атындагы Кыргыз экономикалык университетинин кабарлары. – 2025. – № 1 (66). – С. 98–100. – EDN REIJNI.

10. Бусурманкулова, У. Н. Особенности менеджмента туристического бизнеса Кыргызской Республики / У. Н. Бусурманкулова, А. Азаматова // Наука и инновационные технологии. – 2020. – № 4 (17). – С. 34–41. – DOI: 10.33942/sit1706. – EDN EKHMON.

Социальные гарантии для курсантов и молодых специалистов речного флота РФ – проблемы и пути решения кадрового дефицита

П. К. Тименко
Омское командное речное училище имени В.И. Евдокимова
(Омский институт водного транспорта – филиал Сибирского государственного университета водного транспорта)
Научный руководитель – преподаватель высшей квалификационной категории О. В. Бреева

В современном речном флоте России ощущается существенный кадровый голод. Несмотря на то, что сектор внутренних речных перевозок имеет важно стратегическое значения для экономики страны, престиж работника речного транспорта падает, многие считают профессия бесперспективной и уходят в другие отрасли производства. Удержание молодых специалистов, работников речного транспорта для многих судоходных компаний становится сложной задачей: большая часть молодых кадров уходят после двух-трех навигаций.

Согласно Федеральному закону «Об образовании в РФ», курсанты – это обучающиеся профессиональных образовательных организаций и высших учебных заведений, осваивающие программы подготовки кадров плавсостава. Их статус имеет специфику – они зачастую совмещают учёбу с элементами военизированной службы.

Социальная гарантия для них закреплены в законодательстве и включают материальное обеспечение, отдых, охрану труда и жилье. Для речного флота эти гарантии приобретают особую специфику из-за условий труда: длительные рейсы, вахтовый метод, работа в районах Крайнего Севера и повышенная ответственность за безопасность судоходства.

Базовые гарантии для курсантов закреплены в Федеральном законе № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» [1]. Статья 34 гарантирует обучающимся право на стипендиальное обеспечение, а статья 36 устанавливает виды стипендий. Для курсантов речных училищ, находящихся в ведении Росморречфлота, порядок назначения государственных академических стипендий

детализируется ведомственными приказами. Важной мерой поддержки является обеспечение форменной одеждой и предоставление мест в общежитиях (ст. 39). Кроме того, в соответствии с ФГОС СПО по специальностям «Судовождение» и «Эксплуатация внутренних водных путей», образовательные учреждения обязаны обеспечить прохождение практики на действующих судах, что является специфической формой социально-трудовой гарантии, так как в период практики курсанты обеспечиваются питанием и иногда – рабочим местом с оплатой [2].

Основным фактором, призванным обеспечить занятость выпускников, является целевое обучение. Статья 56 Федерального закона № 273-ФЗ регулирует заключение договоров о целевом обучении между курсантом и будущим работодателем, который обязуется предоставить рабочее место. В отрасли также действует практика распределения выпускников, обучавшихся за счет бюджета, что регламентируется приказами Минтранса России. Выпускники, направленные на работу по распределению, имеют право на получение гарантий, связанных с переездом и обустройством на новом месте.

Трудовой кодекс РФ предоставляет ряд гарантий для работников, впервые вступающих в профессию [3]. Так, статья 70 ТК РФ ограничивает возможности установления испытательного срока для молодых специалистов, окончивших образовательные организации по очной форме и впервые поступающих на работу по специальности в течение одного года со дня окончания учебы. Это важная гарантия стабильности трудовых отношений. Для тех, кто идет работать в районы Сибири, Крайнего Севера или приравненные к ним местности, ключевыми являются гарантии, установленные главой 50 ТК РФ: выплата районных коэффициентов и процентных надбавок к заработной плате (ст. 315–317), а также предоставление дополнительных отпусков (ст. 321) .

На уровне локальных актов судоходных компаний могут предусматриваться программы наставничества, подъемные выплаты и содействие в решении жилищного вопроса, однако эти меры носят не обязательный, а рекомендательный или договорной характер.

В ходе изучения открытых источников (актов, федеральных законов, региональных актов, приказов Минтранса и Федерально-

го Агентства Морского и Речного Транспорта РФ, локальных актов ОИВТ и т. д.), были выявлены следующие недостатки:

В отличие от педагогов или медиков, для специалистов речного флота не установлено федеральных надбавок (подъемных) при трудоустройстве после окончания училища. Существующие меры поддержки (например, районные коэффициенты) не являются «молодежными» и распространяются на всех работников вне зависимости от стажа.

Ключевая проблема для выпускника, приезжающего работать в другой город (портовый населенный пункт), – отсутствие доступного жилья. Предоставление общежития или компенсация аренды жилья законодательно не закреплены как обязательная гарантия для работодателя, что делает отрасль непривлекательной для иногородних специалистов.

Так же возникает разрыв между учебным процессом и требованиями работодателей. Это выражается в устаревшей материально-технической базе училищ и, как следствие, низкой практической готовности выпускников к работе на современных судах, что требует дополнительных затрат на переобучение и снижает уровень зарплаты в первый год работы.

Данные проблемы возможно решить при помощи следующих вариантов:

1. Усиление механизмов целевого обучения. Необходимо ввести ответственность работодателя не только за предоставление рабочего места, но и за социальный пакет для молодого специалиста (компенсацию найма жилья, оплату проезда к месту работы). Также следует увеличить размер стипендии для целевиков за счет средств предприятий.

2. Введение региональных и ведомственных доплат. Для закрепления кадров в регионах Сибири и Дальнего Востока целесообразно ввести на региональном уровне специальные «подъемные» выплаты для выпускников речных училищ, приезжающих работать в сельскую местность или вахтовым методом. На федеральном уровне можно рассмотреть вопрос о льготном исчислении выслуги лет для получения надбавок молодыми специалистами в районах Крайнего Севера.

3. Развитие программ адаптации и наставничества. На уровне Минтранса и Росморречфлота целесообразно разработать типовое

положение о наставничестве на судах внутреннего водного плавания, предусматривающее доплаты опытным членам экипажа за работу с молодыми коллегами.

Проведенное исследование позволяет сформулировать следующие выводы. Во-первых, понятие «курсант речного училища» обладает отраслевой спецификой, связанной с особыми условиями будущей трудовой деятельности. Во-вторых, анализ нормативной базы (ФЗ «Об образовании», ТК РФ, ведомственные приказы) показывает, что базовые гарантии на этапе обучения (стипендия, общежитие, форма) законодательно обеспечены, однако они не решают проблему закрепляемости кадров. В-третьих, ключевые пробелы связаны с отсутствием федеральных «подъемных» выплат и гарантированного жилья после трудоустройства. В-четвертых, для решения проблемы кадрового дефицита необходим комплекс мер, включающий усиление ответственности работодателей-целевиков, введение региональных доплат для работы в Сибири и развитие института наставничества.

Практическая значимость работы заключается в том, что сформулированные предложения могут быть использованы органами государственной власти (Минтранс, Минобрнауки) и администрацией образовательных организаций (в частности, ОИВТ) при разработке программ развития кадрового потенциала речного транспорта и внесении изменений в локальные нормативные акты.

Библиографический список

1. Российская Федерация. Законы. Об образовании в Российской Федерации : Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 29.12.2025) // Контур. Норматив. – Ст. 34, 36, 39, 56. – URL: https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=504448.

2. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 2026 г.). – Ст. 70, 313–322 // Контур. Норматив. – URL: https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=504709.

3. Российская Федерация. Законы. О транспортной безопасности : Федеральный закон от 09.02.2007 № 16-ФЗ (ред. от 21.04.2025) // Гарант. – Ст. 1 (требования к персоналу). – URL: https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=493720.

Институциональные ловушки в сфере торговли

А. А. Тимофеева
Омский государственный педагогический университет, г. Омск
Научный руководитель – канд. экон. наук,
доцент В. Н. Елкина

Сфера торговли является одним из ключевых институтов современной экономики, обеспечивающим движение товаров от производителя к потребителю и выполняющим важнейшие социально-экономические функции. Через торговлю реализуется созданная стоимость, формируется структура потребительского спроса, обеспечивается территориальная и ценовая доступность продукции. Эффективность торговой системы влияет на уровень конкуренции, инфляционные процессы и устойчивость экономического развития в целом.

Вместе с тем торговля функционирует в определённой институциональной среде, которая включает формальные и неформальные правила взаимодействия экономических субъектов. В рамках институциональной теории устойчивые, но неэффективные нормы и практики, закрепляющиеся во времени, получили название институциональных ловушек. Понятие институциональной ловушки раскрыто в работах В. М. Полтеровича как неэффективное равновесие, сохраняющееся даже при наличии более продуктивных альтернатив [1]. Теоретическую основу анализа составляют положения новой институциональной экономики, представленные в трудах Д. Норта, рассматривавшего институты как правила игры, структурирующие экономические отношения [2].

Современная российская торговля регулируется системой нормативных актов. Базовым документом является Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» № 381-ФЗ [3], определяющий принципы организации торговли, полномочия органов власти и правила взаимодействия торговых сетей с поставщиками. Существенное значение имеют также Федеральный закон «О защите конкуренции» № 135-ФЗ [4] и Закон РФ «О защите прав потребителей» № 2300-1 [5]. Эти акты формируют формальные институты, направленные на обеспечение добросовестной конкуренции и защиту интересов потребителей.

Несмотря на наличие нормативной базы, в сфере торговли формируются устойчивые дисфункции. Одной из наиболее распространённых является ловушка административных барьеров и коррупции. Избыточность разрешительных процедур, частые проверки, сложность соблюдения технических и санитарных требований повышают трансакционные издержки предпринимателей. В ответ часть бизнеса уходит в «теневой» сектор, минимизируя официальные платежи. Возникает устойчивое равновесие, при котором предприниматель и контролирующий орган оказываются взаимозависимыми участниками неформальных отношений. Такая модель самовоспроизводится, поскольку переход к полностью легальной деятельности требует значительных затрат и несет риски для обеих сторон.

Другой важной проблемой выступает ловушка монополизации розничных рынков торговыми сетями. Концентрация капитала и использование эффекта масштаба позволяют крупным сетям снижать издержки, однако одновременно усиливается их рыночная власть. Сети способны диктовать поставщикам условия контрактов, устанавливать дополнительные платежи за доступ к полке, влиять на ассортиментную политику. В краткосрочной перспективе потребитель может выигрывать от низких цен, но в долгосрочной — снижение числа независимых продавцов и локальных производителей ограничивает конкуренцию и повышает риски роста цен.

Сохраняется и ловушка «серого» импорта и контрафактной продукции. Высокие барьеры для легального ввоза и сложные процедуры сертификации делают неофициальные каналы поставок более привлекательными. Это приводит к искажению конкурентной среды и снижению качества товаров на рынке. Добросовестные участники оказываются в менее выгодном положении, что стимулирует распространение неформальных практик.

Особую актуальность приобретает проблема регулирования электронной коммерции. Развитие цифровых платформ трансформирует структуру торговли, расширяет географию продаж и снижает барьеры входа для предпринимателей. Однако отсутствие чётких норм распределения ответственности между продавцом и маркетплейсом, а также проблемы налогообложения трансграничных операций создают новые риски формирования институциональных ловушек в цифровой среде.

Выход из существующих ловушек возможен только при комплексном подходе. Прежде всего необходимо совершенствование антимонопольной политики, ориентированной не только на наказание нарушений, но и на предупреждение чрезмерной концентрации рынка. Важным направлением является снижение административной нагрузки и внедрение риск-ориентированного контроля, позволяющего сосредоточить надзорные ресурсы на действительно проблемных сегментах.

Существенную роль играет цифровизация контрольно-надзорной деятельности, включая использование онлайн-касс, электронного документооборота и автоматизированных систем проверки. Повышение прозрачности взаимодействия бизнеса и государства снижает пространство для коррупции и укрепляет доверие участников рынка.

Не менее значима поддержка малого и среднего предпринимательства. Упрощение процедур регистрации, расширение доступа к финансовым ресурсам и развитие логистической инфраструктуры способствуют диверсификации торговых форматов и сохранению конкурентной среды. Наличие множества независимых участников рынка снижает вероятность закрепления монополистических практик.

Таким образом, институциональные ловушки в сфере торговли представляют собой устойчивые неэффективные нормы и практики, препятствующие развитию конкурентной и прозрачной рыночной среды. Их преодоление требует последовательного совершенствования формальных институтов и постепенной трансформации неформальных правил поведения. Формирование стабильной и предсказуемой институциональной среды является необходимым условием устойчивого развития торговли и повышения благосостояния населения.

Библиографический список

1. Полтерович, В. М. Институциональные ловушки и экономические реформы / В. М. Полтерович // Экономика и математические методы. – 1999. – Т. 35, № 2. – С. 3–20.

2. Норт, Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт. – М. : Начала, 1997. – 180 с.

3. Российская Федерация. Законы. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации : Федеральный закон

от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2010. – № 1. – Ст. 2.

4. Российская Федерация. Законы. О защите конкуренции : Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2006. – № 31 (ч. 1). – Ст. 3434.

5. Российская Федерация. Законы. О защите прав потребителей : от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1996. – № 3. – Ст. 140.

Обучение наставников как инструмент управления текучестью кадров на производственном предприятии

Д. И. Титеева
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – д-р полит. наук, профессор О. В. Волох

В условиях современной рыночной экономики, характеризующейся высокой волатильностью и дефицитом квалифицированных трудовых ресурсов, вопрос обеспечения производственных предприятий персоналом выходит на первый план стратегического управления. Для предприятий малого и среднего бизнеса, таких как ИП «Стекловитрина 2013», специализирующихся на высокотехнологичной обработке листового стекла, потеря каждого сотрудника влечет за собой не только прямые финансовые издержки на поиск и оформление, но и косвенные риски, связанные со снижением качества выпускаемой продукции и нарушением сроков производственных заказов.

Актуальность темы исследования обусловлена выявленным в ходе анализа производственной практики критическим уровнем текучести кадров среди вновь принятых сотрудников, который составляет 42% в течение периода испытательного срока. Данный показатель значительно превышает среднеотраслевые значения и свидетельствует о серьезных системных сбоях в процессе адаптации и введения в должность. Как показывает практика, основной причиной увольнения новичков является не отсутствие у них базовых профессиональных навыков, а дефицит качественного социально-

психологического сопровождения со стороны наставников. Целью данной работы является разработка и обоснование системы обучения производственных наставников как ключевого механизма стабилизации кадрового состава и повышения эффективности использования человеческого капитала.

Система управления персоналом в ИП «Стекловитрина 2013» на текущем этапе характеризуется активным поиском новых сотрудников в связи с расширением производственных мощностей и внедрением нового оборудования для закалки и резки стекла. Однако высокая интенсивность рекрутинга нивелируется низкой эффективностью этапа закрепления персонала. Применение системного подхода к анализу данной проблемы позволяет рассматривать организацию как совокупность взаимосвязанных элементов, где сбой в одной подсистеме (обучение и развитие наставников) неизбежно приводит к деградации всей системы обеспечения персоналом.

Теоретический анализ работ ведущих отечественных ученых в области кадрового менеджмента, таких как В. Р. Веснин и А. Я. Кибанов, подтверждает, что наставничество является наиболее эффективным и экономически оправданным методом трансляции корпоративных знаний, специфических трудовых навыков и ценностей непосредственно на рабочем месте [1, 2]. Наставничество позволяет сократить период адаптации и ускорить выход сотрудника на нормативные показатели производительности. Однако, как отмечают В. Я. Захаров и А. М. Полякова, организация наставничества на современном предприятии не может быть стихийной; она требует создания жесткой методологической базы и регулярного обучения самих наставников [3].

На практике в ИП «Стекловитрина 2013» часто возникает ситуация, когда высококвалифицированный мастер, обладая экспертными знаниями в предметной области (обработка стекла, сложная резка, фацетирование), совершенно не обладает педагогическими компетенциями. Это порождает ряд серьезных проблем: от неумения грамотно поставить задачу до неспособности дать конструктивную обратную связь по результатам работы. В итоге это повышает уровень организационного стресса у новичков, создавая ощущение ненужности и профессиональной несостоятельности.

В рамках исследования была проведена диагностика коммуникативных навыков наставников предприятия. Результаты показали,

что более 60 % мастеров используют исключительно директивный стиль общения, не предполагающий диалога со стажером, а 40 % – испытывают значительные трудности при объяснении сложных технологических операций сотрудникам, не имеющим профильного опыта. Это подтверждает острую необходимость внедрения специализированной программы подготовки «обучение обучающих».

Нами разработана модульная программа обучения наставников, базирующаяся на принципах андрагогики – науки об обучении взрослых. Согласно положениям М. Д. Ламкина, обучение состоявшихся профессионалов (мастеров производства) должно быть максимально практико-ориентированным, оперативным и учитывать их предыдущий жизненный и трудовой опыт [4]. Программа разделена на три логических этапа.

Первый модуль посвящен управленческим компетенциям. Здесь мастера обучаются методологии планирования процесса адаптации. Важным элементом является освоение навыка постановки задач по критериям SMART и составление индивидуального плана обучения стажера на период испытательного срока. Наставник учится выделять контрольные точки (KPI), которые должны быть достигнуты новичком на каждой неделе работы, что делает процесс обучения прозрачным и измеримым.

Второй модуль является центральным и направлен на развитие коммуникативных компетенций. В него включены техники ассертивного (уверенного) поведения. По мнению В. Ю. Козлова, именно ассертивность позволяет наставнику сохранять профессиональный авторитет на производстве, избегая при этом как деструктивной агрессии, так и пассивности в общении с подчиненными [5]. Особое внимание уделяется алгоритмам предоставления обратной связи по методу «сендвича» или модели BOFF. Это позволяет корректировать ошибки новичка в процессе резки или обработки кромки стекла, не снижая его мотивации и желания продолжать обучение.

Третий модуль охватывает вопросы объективной оценки и аттестации. Наставники обучаются методам контроля навыков стажера, проведению финальных оценочных интервью и принятию взвешенного решения о соответствии сотрудника занимаемой должности. Это позволяет минимизировать фактор личного субъективизма при принятии кадровых решений, что крайне важно для формирования справедливой корпоративной среды.

Методологической особенностью реализации данной программы является применение технологии дриллинг-тренинга. В отличие от классических лекций, он предполагает многократную, цикличную отработку конкретного поведенческого навыка до автоматизма в условиях, максимально приближенных к производственным. Например, в ходе тренинга наставники многократно отрабатывают ситуацию «обнаружение брака в работе стажера», пока алгоритм конструктивной критики не станет естественной частью их стиля управления. Такой подход полностью согласуется с современными зарубежными исследованиями в области onboarding-процессов, где подчеркивается, что именно качество подготовки менторов является определяющим фактором удержания персонала в первый год работы [7].

Важным аспектом научной работы является экономическое обоснование предлагаемых мероприятий. Высокая текучесть кадров наносит ИП «Стекловитрина 2013» прямой ущерб, который складывается из затрат на повторный рекрутинг, административных издержек на оформление и обучение новых волн сотрудников, а также упущенной выгоды из-за низкой производительности труда стажеров. Предварительный расчет показывает, что стоимость внедрения программы обучения наставников окупается при предотвращении увольнения всего трех сотрудников в течение календарного года. Таким образом, инвестиции в развитие института наставничества демонстрируют высокий показатель ROI (возврата инвестиций), что делает проект стратегически привлекательным для руководства организации [6]. Как доказывает в своих исследованиях K. J. Smith, на производственных предприятиях грамотно выстроенная система менторства является одним из самых быстро-окупаемых инструментов управления персоналом [8].

Проведенное исследование подтверждает, что в современных условиях наставничество не может оставаться стихийным процессом. Для малого производственного предприятия переход к системному обучению наставников является жизненно важной необходимостью. Реализация предложенной модульной программы позволит не только снизить текучесть персонала на 15–20 процентов, но и повысить лояльность самих мастеров, которые через обучение получают признание своей экспертности и новые управленческие навыки. Результаты работы могут быть адаптированы для других организаций производственного сектора, стремящихся к качественному росту кадрового потенциала.

Библиографический список

1. Веснин, В. Р. Управление персоналом. Теория и практика : учебник / В. Р. Веснин. – М. : Проспект, 2022. – 688 с.

2. Кибанов А. Я. Основы управления персоналом : учебник / А. Я. Кибанов. – М. : ИНФРА-М, 2021. – 448 с.

3. Захаров, В. Я. Организация и развитие системы наставничества на предприятии : учебное пособие / В. Я. Захаров, А. М. Полякова. – М. : КноРус, 2023. – 250 с.

4. Ламкин, М. Д. Андрагогика в системе корпоративного обучения / М. Д. Ламкин. – СПб. : Питер, 2019. – 190 с.

5. Козлов, В. Ю. Ассертивная коммуникация в управленческой деятельности: особенности применения на производстве / В. Ю. Козлов // Психология и педагогика. – 2020. – № 4. – С. 78–85.

6. Петров, А. В. Экономическая оценка программ обучения персонала: расчет ROI / А. В. Петров // Вестник экономики и управления. – 2021. – № 2 (18). – С. 110–118.

7. O'Reilly, B. M. The Impact of Quality Onboarding Programs on Early Employee Turnover. Journal of Human Resource Management. 2022, vol. 15, no. 3, pp. 45–59.

8. Smith, K. J. Calculating the ROI of Mentoring Programs in Manufacturing: A Case Study. Industrial and Organizational Psychology Review. 2020, vol. 8, no. 1, pp. 112–125.

Развитие инновационной деятельности Кыргызской Республики в условиях стабильного роста экономики

Тынчыбек кызы Зухра

Международный университет инновационных технологий,
г. Бишкек, Кыргызская Республика

Идеологической основой концепции национальной экономики должна быть задача создания правовых основ в экономическом пространстве республики. Необходимо создать оптимальные условия хозяйствования для всех участников экономики.

К тому же экономические отношения быстро меняются, что заставляет законодателей приспосабливаться к этим изменениям. Законодательство должно быть таким же непрерывным процессом, как и сама экономическая жизнь. Однако, здесь возникает дилемма:

– для участников экономической жизни нужны стабильные законы, без чего не может быть сколько-нибудь объективного плана хозяйственных решений

– на период инвестиций в какое-нибудь дело;

– в то же время быстрое изменение экономической конъюнктуры требует оперативного вмешательства.

Обновление физически и морально изношенных основных фондов более производительными и ресурсосберегающими активами становится всего лишь частью задачи, решение которой обеспечивает субъекты приобретение и (или) сохранение ее индивидуальных конкурентных преимуществ перед прочими, в том числе и зарубежными, фирмами.

Специалисты, занимающиеся обоснованием инвестиционных решений, испытывают острую потребность в качественно новых методиках экономической диагностики низко рискованных и быстро купаемых инвестиционных проектов, адекватно отражающих современный уровень развития технологий в производственной и финансовой сферах деятельности.

Как показывает опыт, организационно-методическое обеспечение управления во многом определяет объективность и достоверность результатов технико-экономического обоснования различных вариантов капитальных вложений. Это в свою очередь активно стимулирует исследователей к поиску и разработке новых методов и приемов инвестиционного анализа, частных и обобщающих показателей оценки эффективности долгосрочных проектов.

Интеграционные процессы на межгосударственном уровне и в рамках отдельных бизнес-групп, а также объективные процессы глобализации экономических связей всех участников рыночных отношений обеспечивают реальные возможности для более интенсивного движения капитала в новые, высокоэффективные, но вместе с тем и более рискованные рынки. Появление столь значимых специфических факторов и кардинальное изменение механизма инвестиционной деятельности обнаруживают несостоятельность старых накопленных знаний, служат действенным мотивом, побуждающим исследователя к разработке более совершенных научных подходов, адекватно соответствующих новым социально-экономическим условиям хозяйствования [1, 2].

Продолжающийся в настоящее время финансовый кризис существенно увеличил степень неопределенности инвестиционных

операций на так называемых неустойчиво развивающихся рынках. Ситуация с уровнем инвестиционной активности усугубляется неудачным опытом некоторых иностранных инвесторов, которые санкционировали финансирование проектов, обоснование которых проводилось с использованием многократно апробированных в западных странах методик инвестиционного управления.

Одной из причин появления убыточных капитальных вложений, по нашему мнению, явился грубый перенос в практику отечественных предприятий зарубежных технологий управления эффективности капитальных вложений, без учета условий и специфики бизнес-среды. Это привело к переоценке инвестиционной привлекательности и уровня безопасности многих, на первый взгляд достаточно рентабельных вариантов капитальных вложений.

В связи с этим чрезвычайно важным и своевременным в настоящее время должно стать приведение всех элементов системы управления и оценки эффективности долгосрочных инвестиций в соответствие с новыми экономическими реальностями отечественного рынка. В свою очередь, это обусловливает проведение серьезных исследований не только в области организационно-методического обеспечения комплексного управления и контроля инвестиционной деятельности, но и, что более важно, в обосновании новых и развития действующих его теоретико-методологических положений.

Успешное развитие субъекта в условиях конкурентного окружения во многом зависит от степени его инвестиционной активности. Это утверждение по праву можно назвать аксиомой рыночной экономики.

В дальнейшем необходимо постепенно создавать условия для увеличения доли инвестиций, направляемых в науку, повышение квалификации и внедрение передовых технологий, учитывая главную роль информационных технологий в перспективе. Конкурентоспособность в целом и инвестиционная привлекательность, в частности, должны в значительной мере основываться на всемерной экономичности производства, которая за счет мобилизации ее резервов НТП должна стать для предприятий и отраслей промышленного благополучия конкурентному выживанию в условиях рынка.

В современной экономике Кыргызстана все более отчетливо проявляется тенденция к усилению ее интернационализации. Этот процесс предполагает не только вовлеченность национальной экономики республики в мирохозяйственные связи и привлечение ино-

странного капитала в отечественную экономику, но еще и качественно иную, гораздо более глубокую интеграцию Кыргызстана во всемирное хозяйство. В настоящее время внешнеэкономические связи переживают сложный период глубоких преобразований, связанных с осуществлением системных реформ и поиском путей интегрирования национальной экономики в систему мирохозяйственных отношений. Среди них наиболее актуальным представляется процесс вхождения Кыргызстана в мировое экономическое сообщество, при условии обеспечения национальной безопасности и конкурентоспособности продукции как на международном, региональном, так и на внутреннем рынках. Не менее важно также предвидеть, как те или иные варианты развития событий могут повлиять на место Кыргызстана в будущем многополюсном мире, стремление к реализации наиболее предпочтительного варианта развития.

Переход к рыночной экономике неизбежно влечет за собой повышение социального риска людей, что в конечном итоге приводит к расслоению людей по уровню жизни, обогащению немногих и обнищанию отдельных групп населения, в первую очередь малообеспеченных слоев – пенсионеров, инвалидов и детей. Поэтому необходимы надежные механизмы социальной защиты. Речь идет о целостной системе законодательно закрепленных экономических, правовых и социальных гарантий, противодействующих дестабилизирующих факторы жизни, и, в первую очередь, таким как безработица, инфляция, бедность населения, при этом важно, чтобы социальная защищенность не приводила к иждивенчеству и уравнительности [5, 7].

Из вышеизложенного мы заключаем, что под инновационной деятельностью следует понимать деятельность коллектива людей, направленную на реализацию в общественной практике «под ключ» производственно-технических достижений – инноваций, применения существующих прогрессивных технологий, систем, машин и оборудования на базе использования и внедрения научно-технических достижений отечественной и мировой науки и техники.

Инновационная инфраструктура предопределяет темпы (скорость) развития экономики страны и рост благосостояния ее населения. Опыт развитых стран мира подтверждает, что в условиях глобальной конкуренции на мировом рынке неизбежно выигрывает тот, кто имеет развитую инфраструктуру создания и реализации инноваций, кто владеет наиболее эффективным механизмом инновационной деятельности [3, 8].

Стратегической целью развития инновационной деятельности и формирования инновационной экономики в Кыргызстане на ближайшие годы должно быть комплексное развитие отечественных производств и территорий до уровня их конкурентоспособности в мире. Главным ресурсом для достижения поставленной цели должна стать высшая школа. Система высшего образования, обеспечивающая главную составляющую развития – кадровую, должна быть срочно дополнена инновационной составляющей. Система высшего образования должна и может выполнить функции системного координатора по восстановлению и развитию предприятий и территорий Кыргызской Республики [6].

Главное достоинство предлагаемого подхода заключается в том, что через такое развитие системы высшего образования можно эффективно интегрировать результаты вузовской, академической и отраслевой науки Кыргызской Республики, а также передовые результаты науки мирового сообщества при создании, реализации инновационных проектов и развитии инновационной деятельности, что является предпосылкой создания в стране эффективной инновационной экономики.

Таким образом, освещена тенденция экономического развития Кыргызской Республики в современных условиях, все это позволяет перейти к проведению анализа инновационной деятельности Кыргызской Республики в условиях рыночной экономики.

Библиографический список

1. Бабаев, А. Б. Разработка модели жизненного цикла информации в условиях «цифровой» экономики / А. Б. Бабаев, Т. Н. Егорушкина / Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2019. – № 4. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-modeli-zhiznennogo-tsikla-informatsii-v-usloviyah-tsifrovoy-ekonomiki.

2. Агарков, А. П. Управление инновационной деятельностью : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям подготовки «Менеджмент», «Инноватика» / А. П. Агарков, Р. С. Голов. – М. : Дашков и К°, 2020. – 208 с.

3. Улан уулу Кенеш. Состояние инновационного потенциала в Кыргызстане в условиях инвестиционного дефицита / Улан уулу Кенеш. // Вестник КРСУ. – 2015. – Т. 15, № 8. – С. 165–168.

4. Статистика / Ы. К. Омурканов, и др. – Бишкек : Кыргызско-Российский Славянский университет, 2020. – 78 с.

5. Ключарев, Г. А. Инновационные предприятия в вузах: вопросы интеграции с реальным сектором экономики / Г. А. Ключарев, М. С. Попов, В. И. Савинков. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2021. –382 с.

6. Закон Кыргызской Республики «Об инновационной деятельности» : от 23 марта 2023 года № 65 // Министерство юстиции. Централизованный банк данных правовой информации Кыргызской Республики. – https://cbd.minjust.gov.kg/112546/edition/1245133/ru?ysclid=mtfg94ej7v297498074.

7. Черняков, М. К. Управление инновационной деятельностью : учебное пособие / М. К. Черняков, К. Ч. Акберов, Е. Н. Сарычева. – Курск : Универ, 2020. – 104 с.

8. Биймырсаева Э. М. Теория, методология и эволюция понятий инновационного развития рыночной экономики / Э. М. Биймырсаева, Н. К. Суйналиева, Э. Ю. Хусаинова // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2020. – Т. 5, № 10 (106). – С. 3–6.

Модель «Окна Джохари» как инструмент формирования успешной корпоративной культуры

А. А. Филатова
Омский филиал Университета «Синергия», г. Омск
Научный руководитель – старший преподаватель кафедры ЭТиКФ Е. С. Ивина

С каждым годом уровень конкуренции на рынке всё больше. В условиях жестокой борьбы организации стремятся сформировать такой коллектив, который обеспечит повышение эффективности работ, а также поспособствует достижению целей и решению задач компании. На сегодняшний день корпоративная культура играет важную роль в мотивации и формировании лояльности у сотрудников. Условия жестокой конкуренции вынуждает компании обратить внимание на организационный климат. Высокий уровень организации помогает в удержании высококвалифицированных специалистов и привлечении клиентов и партнёров [1].

Таким образом конкуренция заставляет компании создавать и развивать корпоративные ценности, которые способствуют формированию устойчивой позиции на рынке.

Формирование корпоративной культуры – это сложный процесс, который можно описать через различные модели (рис. 1).

Рисунок 1 – Примеры моделей, применяемые при формировании корпоративной культуры

Каждый квадрат модели «Окна Джохари» несет в себе информацию о человеке. Благодаря зонам можно определить, насколько сам человек и окружающие его люди осведомлены о личностных качествах и его модели поведения (рис. 2) [2].

Рисунок 2 – Характеристика зон по модели «Окна Джохари»

Благодаря данной модели достигаются различные цели, преследуемые руководство компании. Среди них улучшение коммуникации и доверия, развитие культуры обратной связи и саморефлексии. Наиболее важные для развития коллектива, образующего конкурентоспособную организацию, представлены на рис. 3.

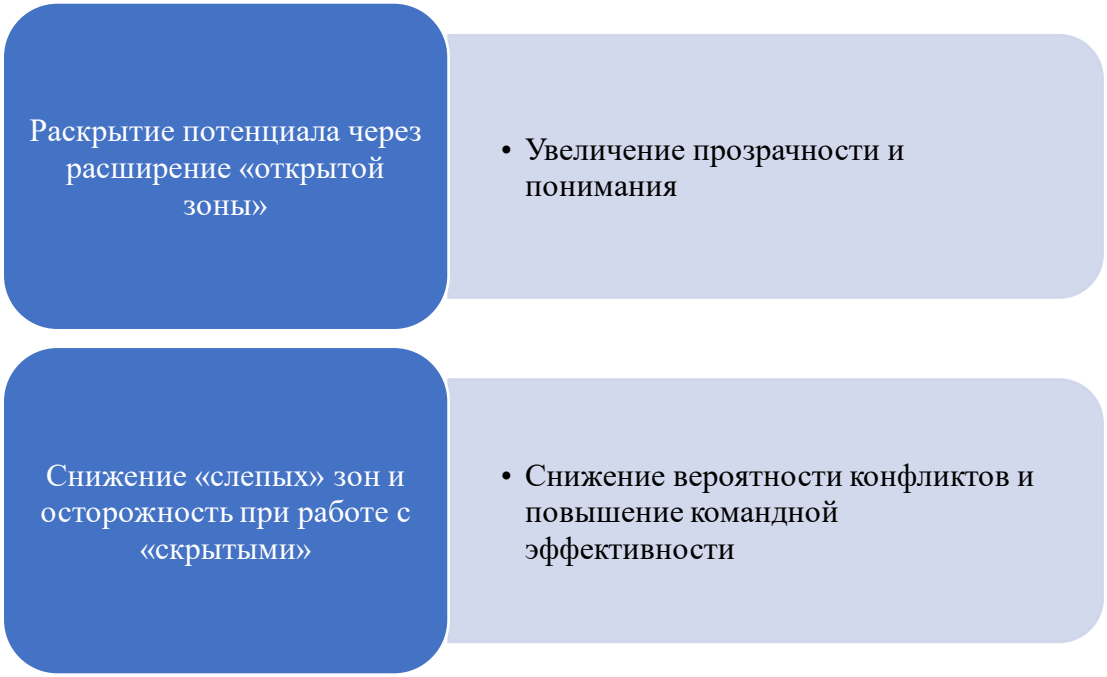


Рисунок 3 – Цели организации при использовании модели «Окна Джохари»

Для достижения компанией целей проводится последовательное внедрение модели, включающее следующие этапы:

1. Подготовка и информирование – на данном этапе важно объяснить сущность и принципы работы модели, причины и цели использования, чтобы сформировать позитивное мышление к самой модели и к участию в процессе.

2. Сбор исходных данных – каждому сотруднику выдается анкета, в которой содержатся вопросы, ответив на которые человек указывает то, что известно как ему, так и окружающим (формирование окна «открытая зона»).

3. Анализ и визуализация – этап посвящён проведению анализа сформированной «открытой зоны». Благодаря этому выявляются остальные зоны: скрытая, слепая и неизвестная.

4. Обсуждение в группах – после анализа необходимо провести совместное обсуждение, чтобы выявить недопонимания и разо-

брать полученные результаты. Это способно положительно повлиять на развитие коммуникаций между участниками, повышает уровень открытости. Также способствует выявлению точек роста.

5. Выработка рекомендаций и действий – на данном этапе проводится обсуждение для определения конкретных шагов для усиления достигнутой связи, планирование общих мероприятий и тренингов.

6. Мониторинг и повторная оценка – завершающий этап, на котором работа продолжается: проводятся запланированные сессии, проводятся корректировки плана действий, отслеживается динамика, производится анализ получаемых результатов внедрения данной модели [3].

Образец опроса, посвященного теме «Окна Джохари»

1.	Самооценка сотрудника	
	Какие три качества лучше всего описывают вас в рабочем контексте?	
	Какие сильные стороны своей работы вы считаете особенно важными?	
	Какие слабые стороны вы осознаёте и хотели бы улучшить?	
2.	Оценка со стороны коллег	
	Какие три качества, по вашему мнению, характеризуют этого сотрудника?	
	Какие сильные стороны данного сотрудника наиболее заметны в работе?	
3.	Обратная связь и открытость	
	Какие качества этого сотрудника вам неизвестны, но могли бы быть полезны для совместной работы?	
	Какие аспекты поведения или привычки вы считаете нужно обсуждать более открыто?	
4.	Вопросы для саморазвития и понимания	
	Какие профессиональные качества вы бы хотели раскрыть более явно перед командой?	
	Какие аспекты вашей работы или личностных качеств вы готовы показать коллегам, но боитесь?	

В процессе важно отслеживать получаемые результаты и делать акцент на реальных изменениях во взаимоотношениях команды.

На рис. 4 представлены примеры компаний, внедривших модель в процесс своей работы и получивших положительные результаты.

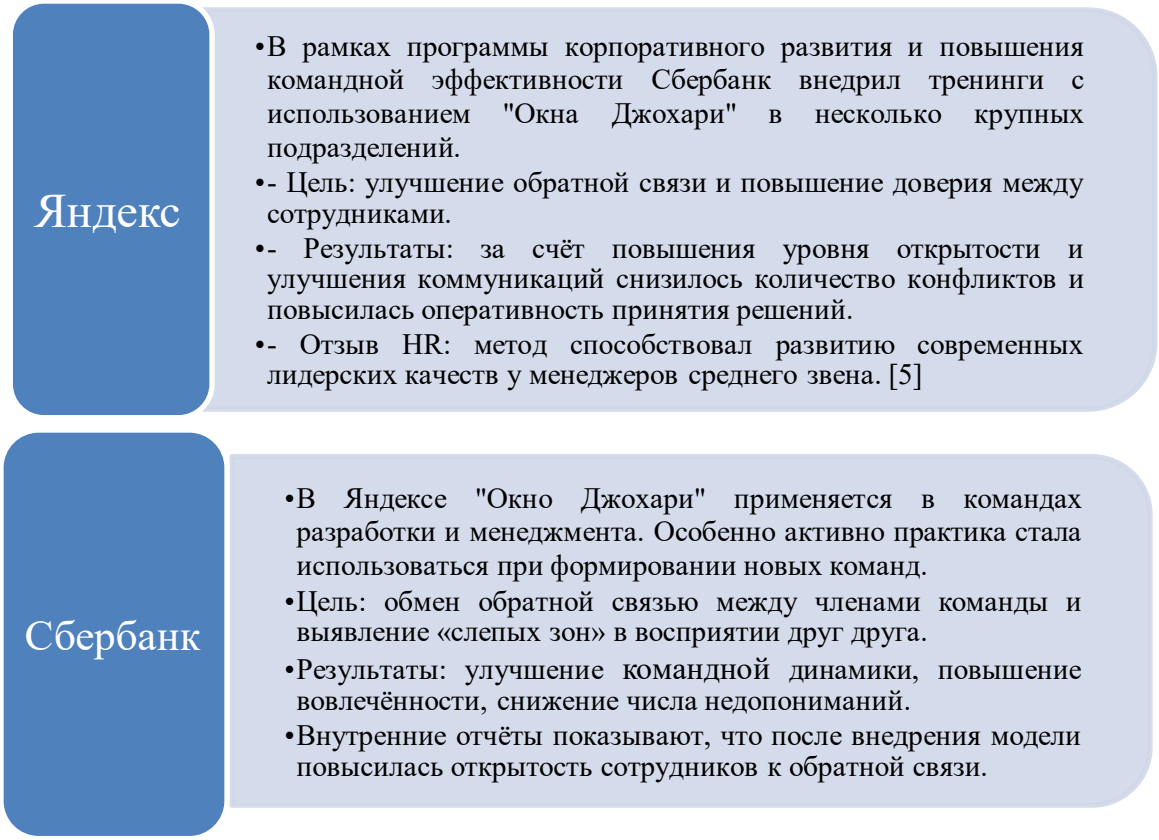


Рисунок 4 – Результаты внедрения модели в компаниях

Ответственный подход при работе с данной моделью, объективная оценка и регулярная рефлексия способны замотивировать сотрудников к личностному и профессиональному развитию.

Применение модели создает в организации атмосферу прозрачности и поддержки, что является важным фактором при формировании успешной корпоративной культуры, делая компанию более конкурентоспособной.

Библиографический список

1. Фридман, М. Ф. Стратегическим маркетинг-менеджмент кадрового обеспечения инновационного прорыва: эколого-экономическая трансформация среды / М. Ф. Фридман, А. А. Ямщиков // Образование. Наука. Научные кадры. – 2021. – № 2. – С. 177–179.

2. Билык, В. И. Психологическая подготовка сотрудников органов внутренних дел к действиям в экстремальных условиях: проблемы и способы решения / В. И. Билык, Е. Н. Митракова // Психология и педагогика служебной деятельности. – 2023. – № 3. – С. 23–29.

3. Армстронг, М. Стратегическое управление человеческими ресурсами : Пер. с англ. / Майкл Армстронг. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 328 с.

4. Ананич, В. Окна ДжоХари / В. Ананич // getexperts : [сайт]. — URL: https://getexperts.ru/client-career-counseling/test_johari/ (дата обращения: 13.01.2026).

5. Чижиков, И. Какие программы развития мягких навыков предлагаем? / И. Чижиков // Сбер Университет : [сайт]. – URL: https://sberuniversity.ru/learning (дата обращения: 12.01.2026).

Оценка эффективности инвестиционных проектов предприятия: комплексный подход на примере ТОО «Intant Oskemen»

А. А. Флат
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент С. М. Ильченко

В современных рыночных условиях, характеризующихся высокой конкуренцией, технологической динамикой и волатильностью макроэкономических показателей, способность предприятия к эффективному инвестированию становится критическим фактором долгосрочного роста и устойчивости. Инвестиционные проекты, особенно в производственном секторе, требуют значительных ресурсов и сопряжены с многочисленными рисками, что делает задачу их комплексной оценки одной из первостепенных в системе финансового менеджмента [3]. Как отмечают исследователи, принятие решений только на основе интуиции или упрощенных расчетов чревато не только прямыми финансовыми потерями, но и утратой стратегических позиций [7].

Актуальность данной работы определяется необходимостью преодоления разрыва между обширным теоретическим инструментарием оценки и его адаптированным практическим применением на конкретных предприятиях с учетом их отраслевой специфики и

реалий национальной экономики. Проблема заключается в частом использовании разрозненных методов без их системной интеграции, что не позволяет получить целостную картину потенциальной эффективности и рискованности проекта [1, с. 77].

Целью исследования является разработка и апробация комплексной методики оценки эффективности инвестиционных проектов промышленного предприятия на примере ТОО «Intant Oskemen». Для достижения цели поставлены следующие задачи:

1. Систематизировать ключевые методы оценки финансовой эффективности и учета рисков.

2. Провести оценку гипотетического инвестиционного проекта предприятия с расчетом основных показателей (NPV, IRR, PP, DPP).

3. Выполнить анализ чувствительности и сценарный анализ для оценки устойчивости проекта к изменениям ключевых параметров.

4. Сформулировать выводы и рекомендации по повышению качества инвестиционного анализа на предприятии.

Объектом исследования выступает инвестиционная деятельность ТОО «Intant Oskemen». Предмет исследования – методы и показатели оценки эффективности его инвестиционных проектов.

Оценка эффективности инвестиционного проекта представляет собой многоаспектный процесс, направленный на определение его потенциальной прибыльности, ликвидности и соответствия стратегическим целям компании. В соответствии с устоявшейся практикой, оценка включает два основных аспекта: финансовый (коммерческий) и экономический [3, с. 4]. Финансовая оценка фокусируется на платежеспособности проекта и росте благосостояния конкретных инвесторов, в то время как экономическая оценивает вклад проекта в национальное богатство с позиции общества в целом, используя концепцию альтернативной стоимости ресурсов [1, с. 78]. В данной работе, в соответствии с целями коммерческого предприятия, основной акцент делается на оценке финансовой эффективности.

Методы финансовой оценки принято делить на простые (статические) и сложные (динамические). К простым методам относится, например, расчет срока окупаемости (PP), который, несмотря на игнорирование фактора времени, остается популярным инструментом первичной «отсечки» проектов и оценки риска ликвидности [6]. Однако для принятия обоснованных решений необходимы динамические методы, учитывающие временную стоимость денег.

К ним относятся:

Чистая приведенная стоимость (NPV) – сумма дисконтированных денежных потоков за весь срок жизни проекта. Положительное значение NPV свидетельствует о том, что проект генерирует доходность выше требуемой инвесторами (стоимости капитала) и увеличивает стоимость компании [4].

Внутренняя норма доходности (IRR) – ставка дисконтирования, при которой NPV равен нулю. Проект считается приемлемым, если IRR превышает стоимость капитала (WACC) [4].

Дисконтированный срок окупаемости (DPP) – период, за который дисконтированные денежные потоки покрывают первоначальные инвестиции. Данный показатель, в отличие от простого PP, учитывает временную стоимость денег.

Индекс рентабельности (PI) – отношение приведенной стоимости будущих денежных притоков к первоначальным инвестициям. Значение PI > 1 указывает на эффективность проекта.

Важнейшим элементом современной оценки является анализ рисков. Инвестиционные риски принято делить на макроэкономические (политические, экономические, форс-мажорные) и микроэкономические (производственные, технологические, кадровые, маркетинговые) [7]. Для их количественной оценки применяются такие методы, как анализ чувствительности, который показывает, как изменяется результирующий показатель (NPV) при варьировании ключевых входных параметров [5], и сценарный анализ, позволяющий оценить результаты проекта в пессимистичном, реалистичном (базовом) и оптимистичном вариантах развития событий.

Характеристика предприятия и проекта ТОО «Intant Oskemen» – действующее промышленное предприятие в Восточно-Казахстанской области, специализирующееся на производстве металлоконструкций. В рамках стратегии повышения конкурентоспособности и снижения затрат предприятие рассматривает проект по модернизации участка сварки с внедрением автоматизированных роботизированных комплексов. Цель проекта – увеличение производственной мощности, снижение себестоимости за счет уменьшения доли ручного труда и брака, а также повышение качества продукции. Срок реализации проекта – 5 лет. Общий объем инвестиций составляет 250 млн тенге.

На основе экспертных оценок и анализа рынка были сформированы исходные данные для базового сценария (табл. 1).

Таблица 1 – Исходные данные для оценки проекта (базовый сценарий)

Показатель	Значение
Общий объем инвестиций, млн тенге	250
Срок реализации проекта, лет	5
Годовая выручка от дополнительных продаж, млн тенге	180
Годовые операционные затраты (без амортизации), млн тенге	120
Годовая амортизация оборудования, млн тенге	50
Ставка налога на прибыль, %	20
Средневзвешенная стоимость капитала (WACC), %	15

На основе этих данных рассчитан прогнозный денежный поток от операционной деятельности (CFO) по формуле:

*CFO = (Выручка – Операционные затраты – Амортизация) * (1 – Налоговая ставка) + Амортизация*

Чистый денежный поток (NCF) на начальном этапе (год 0) равен -250 млн тенге (отток на инвестиции), в последующие годы равен рассчитанному CFO.

Дисконтирование денежных потоков выполнено по ставке, равной WACC (15 %). Результаты расчета ключевых показателей представлены в табл. 2.

Таблица 2 – Показатели финансовой эффективности инвестиционного проекта

Показатель	Значение	Критерий приемлемости	Вывод
Чистая приведенная стоимость (NPV), млн тенге	+98,7	NPV > 0	Проект эффективен
Внутренняя норма доходности (IRR), %	22,4%	IRR > WACC (15 %)	Проект эффективен
Дисконтированный срок окупаемости (DPP), лет	3,8	Менее срока реализации (5 лет)	Проект ликвиден
Индекс рентабельности (PI)	1,39	PI > 1	Проект эффективен

Расчеты однозначно свидетельствуют о высокой финансовой привлекательности проекта модернизации. Положительное и значимое значение NPV указывает на прирост стоимости компании в результате реализации проекта. IRR, превышающая стоимость капитала на 7,4 п. п., подтверждает запас прочности по доходности. Проект окупает дисконтированные инвестиции за 3,8 года, что приемлемо для промышленного предприятия.

Для определения степени влияния ключевых переменных на эффективность проекта был проведен анализ чувствительности NPV к изменениям:

1) цены реализации (выручки),

2) объема продаж,

3) переменных затрат,

4) ставки дисконтирования.

Наибольшее влияние на NPV оказывает изменение цены реализации (выручки). Снижение этого показателя на 10 % от базового уровня приводит к падению NPV на 45 % (до 54,3 млн тенге). Снижение объема продаж на 10 % уменьшает NPV на 30 %. Проект демонстрирует умеренную чувствительность к росту переменных затрат и наименьшую – к увеличению ставки дисконтирования. Полученные данные указывают на то, что ключевым риском проекта является рыночный (маркетинговый) риск, связанный с возможным падением спроса или необходимости снижения цен для удержания рынка [7].

Для интегральной оценки рисков был проведен сценарный анализ, результаты которого сведены в табл. 3.

Таблица 3 – Результаты сценарного анализа инвестиционного проекта

Сценарий	Вероятность	Изменение ключевых параметров	NPV, млн тенге
Пессимистический	20 %	Выручка -15 % Затраты +10 %	+12,5
Базовый (реалистичный)	60 %	Исходные данные	+98,7
Оптимистический	20 %	Выручка +10 % Затраты -5 %	+185,2
Математическое ожидание NPV	100 %		+98,9

Даже в пессимистическом сценарии, предполагающем значительное ухудшение рыночной конъюнктуры и рост затрат, NPV проекта остается положительным, что свидетельствует о его высокой устойчивости к рискам. Математическое ожидание NPV практически совпадает с базовым значением, что подтверждает реалистичность исходных прогнозов.

Помимо количественных расчетов, проект был оценен качественно с точки зрения его соответствия стратегии ТОО «Intant Oskemen». Внедрение роботизированной линии напрямую способствует достижению стратегических целей: повышение производительности, снижение себестоимости и улучшение качества, что соответствует целевому (качественному) подходу к оценке, который фокусируется на максимальном соответствии проекта целям организации [2]. Таким образом, проект обладает не только финансовой, но и значительной стратегической ценностью.

Проведенное исследование позволило апробировать комплексную методику оценки инвестиционного проекта на примере ТОО «Intant Oskemen». Применение динамических методов (NPV, IRR, DPP) доказало высокую финансовую эффективность проекта модернизации производственной линии.

Анализ чувствительности выявил, что наиболее критичными для успеха проекта являются параметры, связанные с рынком сбыта (цена и объем реализации), что актуализирует задачу углубленного маркетингового исследования и разработки гибкой ценовой политики. Сценарный анализ подтвердил устойчивость проекта к негативным изменениям внешней среды, так как даже в пессимистичном варианте он сохраняет экономическую целесообразность.

На основании полученных результатов сформулированы следующие рекомендации для ТОО «Intant Oskemen»:

1. Принять проект к реализации в связи с его высокой финансовой эффективностью (NPV = +98,7 млн тенге), стратегической значимостью и доказанной устойчивостью к рискам.

2. Внедрить в практику инвестиционного планирования обязательное проведение анализа чувствительности и сценарного анализа для всех значимых проектов в целях выявления и смягчения ключевых рисков.

3. Сфокусировать усилия по риск-менеджменту на мониторинге рыночной конъюнктуры и развитии отношений с ключевыми клиентами для минимизации выявленного маркетингового риска.

4. Рассмотреть возможность поэтапной реализации проекта или поиска дополнительных источников финансирования для снижения финансовой нагрузки.

Разработанный комплексный подход, сочетающий традиционные финансовые метрики с современными методами риск-анализа и качественной оценкой, может служить эффективным инструментом для повышения обоснованности и результативности инвестиционных решений не только на ТОО «Intant Oskemen», но и на других промышленных предприятиях Казахстана. Как справедливо отмечают эксперты, использование сочетания различных методов и учет специфических факторов является залогом принятия правильного инвестиционного решения [3].

Библиографический список

1. Голикова, Ю. А. Особенности экономического анализа, рисков и оценки эффективности проектов / Ю. А. Голикова, Ю. Ван // Актуальные проблемы менеджмента, экономики и экономической безопасности : сборник материалов IV Международной научной конференции, Костанай, 10–11 ноября 2022 года. – Чебоксары : Издательский дом «Среда», 2022. – С. 77-80.

2. Деева, Е. С. Современные подходы к оценке эффективности инновационных проектов: качественный и затратный методы при принятии решения об инвестировании / Е. С. Деева, У. А. Першина // Научно-практический электронный журнал «Аллея науки». – 2021. – № 5 (56). – С. 464–467.

3. Ежов, Д. П. Оценка эффективности инвестиционных проектов / Д. П. Ежов // Научно-практический электронный журнал «Аллея науки». – 2023. – Т. 2, № 5 (80). – С. 127–131.

4. Корнилов, А. Г. Методы оценки эффективности инновационных проектов в компаниях электроэнергетики / А. Г. Корнилов // Энергия-2024 : Девятнадцатая всероссийская (11-я международная) научно-техническая конференция студентов, аспирантов и молодых ученых, г. Иваново, 14-16 мая 2024 года : материалы конференции : [в 6 т.]. – Иваново : ИГЭУ, 2024. – Т. 6 : Экономические и социальные аспекты развития энергетики. – 155 с.

5. Оценка экономической эффективности, эффектов и рисков цифровизационных проектов швейной промышленности в России / Т. Ю. Кудрявцева, К. С. Кожина, Г. К. Праузе, Э. О. Оланийи // Journal of Applied Economic Research. – 2023. – Т. 22, № 1. – С. 72–98.

6. Курносова, Е. А. Принципы и основные показатели оценки эффективности инновационных проектов в промышленном секторе / Е. А. Курносова // Инвестиционный, финансовый и управленческий анализ. – 2019. – Т. 5, № 3. –С. 134–138.

7. Споров, Д. С. Принципы оценки эффективности инвестиционного проекта и учет рисков при оценке эффективности / Д. С. Споров // Молодой ученый. – 2024. – № 48 (547). – С. 114–116.

Разработка нового алгоритма оценки эффективности инвестиционных проектов предприятия на примере ТОО «Intant Oskemen»

А. А. Флат
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент С. М. Ильченко

В условиях динамичной рыночной среды и возрастающей конкуренции эффективность инвестиционных проектов становится ключевым фактором устойчивого развития предприятий. Как отмечают исследователи, «…профессиональная оценка привлекательности инвестиционных проектов, включающая всевозможные виды экономического анализа, является залогом принятия правильного инвестиционного решения» [5]. Однако традиционные методы оценки зачастую не учитывают комплексность рисков, специфику отраслевых инноваций и необходимость интеграции финансового и экономического анализа. Цель данной статьи – разработать новый алгоритм оценки эффективности инвестиционных проектов, адаптированный для промышленных предприятий, и протестировать его на примере ТОО «Intant Oskemen».

Теоретические основы оценки инвестиционных проектов

Современная практика выделяет два основных подхода к оценке проектов: финансовый и экономический. Финансовый анализ ориентирован на коммерческую привлекательность для инвестора, используя такие критерии, как «…дополнительные денежные потоки, рентабельность и окупаемость вложенного капитала» [1].

В то же время экономический анализ основывается на концепции альтернативной стоимости и учитывает «…изменения максимального числа внутренних и внешних факторов (экономических, организационно-управленческих, технологических, политико-правовых)» [2, с. 76]. Важным аспектом является учет рисков, которые подразделяются на макроэкономические (политические, экономические, форс-мажор) и микроэкономические (деловые, финансовые, технические, маркетинговые) [6, с. 114].

Для инновационных проектов особое значение приобретают качественные методы оценки, такие как целевой (стратегический) подход, который оценивает «…эффективность проекта с точки зрения его максимального соответствия целям организации» [3].

Предлагаемый алгоритм интегрирует финансовые, экономические и риск-ориентированные методы оценки, адаптируя их к специфике промышленных предприятий. Алгоритм включает следующие этапы:

1. Предварительный анализ проекта – определение целей проекта, его соответствия стратегии предприятия и национальным интересам.

2. Финансовая оценка – расчет традиционных показателей (NPV, IRR, срок окупаемости) с учетом специфики денежных потоков.

3. Экономическая оценка – анализ альтернативной стоимости ресурсов, оценка социально-экономического эффекта и учет внешних факторов.

4. Оценка рисков – идентификация рисков по стадиям жизненного цикла проекта (проектирование, строительство, функционирование, ликвидация), количественная оценка с использованием методов сценариев, анализа чувствительности и имитационного моделирования.

5. Интегральная оценка – формирование сводного индекса эффективности на основе взвешенных финансовых, экономических и риск-показателей.

Для инновационных проектов предлагается дополнять алгоритм качественными критериями, такими как «…уровень конкурентоспособности, доходности и результативности проекта» [4].

Пример применения алгоритма для ТОО «Intant Oskemen»

ТОО «Intant Oskemen» – промышленное предприятие, специализирующееся на производстве строительных материалов. Рассмотрим проект внедрения новой энергоэффективной технологии, требующий инвестиций в размере 50 млн тенге.

Таблица 1 – Финансовые показатели проекта

Показатель	Значение
NPV (ставка 12%)	15,2 млн тенге
IRR	18,5 %
Дисконтированный срок окупаемости	4,2 года

Таблица 2 – Оценка рисков проекта

Группа рисков	Вероятность	Влияние (баллы 1-10)
Технические	Средняя	6
Рыночные	Высокая	8
Финансовые	Низкая	4

На основе интегральной оценки проект демонстрирует высокую финансовую привлекательность, но требует мер по снижению рыночных рисков (например, диверсификация рынков сбыта).

Для более детальной апробации алгоритма был проведен сравнительный анализ предлагаемого подхода с традиционными методами оценки, применяемыми на предприятии. В рамках проекта внедрения энергоэффективной технологии были рассчитаны дополнительные показатели, учитывающие долгосрочные эффекты и альтернативные сценарии развития.

Таблица 3 – Сравнительный анализ методов оценки

Критерий оценки	Традиционный метод (NPV, IRR)	Новый алгоритм (интегральный)
Учет рисков	Частичный, через ставку дисконта	Полный, через матрицу вероятностей и влияния
Оценка социально-экономического эффекта	Не учитывается	Включает оценку снижения экологической нагрузки и создания новых рабочих мест
Адаптивность к изменениям рынка	Низкая	Высокая, за счет сценарного моделирования
Срок принятия решения	1-2 недели	3-4 недели (за счет комплексности)

Как видно из табл. 3, новый алгоритм требует больше времени на оценку, но обеспечивает более полное понимание потенциала проекта и его устойчивости к внешним изменениям. В частности, было выявлено, что «...оценка эффективности инвестиционных проектов включает два основных аспекта – финансовый и экономический. Международная практика разделяет задачи и методы финансовой и экономической оценок. Оба указанных подхода дополняют друг друга» [5, с. 4]

В рамках оценки рисков проекта для ТОО «Intant Oskemen» было проведено сценарное моделирование, учитывающее три ва-

рианта развития событий: оптимистичный, реалистичный и пессимистичный. Основные переменные, влияющие на NPV проекта: цена на сырье, спрос на продукцию и стоимость энергоресурсов.

Таблица 4 – Результаты сценарного анализа

Сценарий	Изменение цены сырья	Изменение спроса	NPV, млн тенге
Оптимистичный	-10 %	+15 %	22,1
Реалистичный	+5 %	+5 %	15,2
Пессимистичный	+20 %	-10 %	3,8

Результаты показали, что даже в пессимистичном сценарии проект остается рентабельным, что свидетельствует о его высокой устойчивости. Однако критическим фактором является рост цен на сырье, что требует разработки стратегии долгосрочных контрактов с поставщиками.

Рекомендации по внедрению алгоритма на предприятии

На основе проведенного анализа для ТОО «Intant Oskemen» были сформулированы следующие рекомендации:

1. Создание межфункциональной рабочей группы для оценки инвестиционных проектов, включающей специалистов финансового, производственного и маркетингового отделов.

2. Внедрение программного обеспечения для автоматизации расчетов NPV, IRR, а также сценарного моделирования.

3. Регулярный мониторинг рисков на всех этапах жизненного цикла проекта с использованием предложенной матрицы рисков.

4. Разработка системы KPI для оценки не только финансовых, но и социально-экономических результатов проекта.

Как отмечается в исследованиях, «…промышленное предприятие, внедряющее инновационный проект, заинтересовано в том, чтобы рассчитать его коммерческую эффективность» [4]. При этом важно учитывать, что «риски являются потенциальными последствиями возмущений, которые могут быть вызваны влиянием внешней среды» [4].

Разработанный алгоритм позволяет комплексно оценивать инвестиционные проекты, сочетая традиционные финансовые методы с экономическим анализом и управлением рисками. Для ТОО

«Intant Oskemen» применение алгоритма показало, что даже при высоких рыночных рисках проект остается эффективным благодаря значительному потенциалу снижения издержек и соответствию стратегии предприятия. Сравнительный анализ подтвердил преимущества нового подхода в части учета рисков, социально-экономических эффектов и адаптивности к изменениям рынка.

Внедрение такого алгоритма в практику промышленных предприятий будет способствовать более обоснованному принятию инвестиционных решений и повышению конкурентоспособности в долгосрочной перспективе. Как подчеркивается в исследованиях, «...оценка эффективности инвестиционных проектов включает два основных аспекта – финансовый и экономический» [5], и их сочетание является залогом успешной реализации проектов. Дальнейшие исследования могут быть направлены на адаптацию алгоритма для отраслей с высокой степенью неопределенности, таких как IT и биотехнологии.

Библиографический список

1. Голикова, Ю. А. Особенности экономического анализа, рисков и оценки эффективности проектов / Ю. А. Голикова, Юнсин Ван // Актуальные проблемы менеджмента, экономики и экономической безопасности : сборник материалов IV Международной научной конференции (Костанай, 10–11 ноября 2022 года) / ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет», Костанайский филиал. – Чебоксары : Среда, 2022. – С. 77–80.

2. Гордеева, Е. В. Особенности оценки инвестиционных проектов на предприятии / Е. В. Гордеева, Д. В. Кукса // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 6 (64). – С. 76–78.

3. Корнилов, А. Г. Методы оценки эффективности инновационных проектов в компаниях электроэнергетики / А. Г. Корнилов, А. С. Тарасова // Инновации в энергетике. – 2022. – С. 5–7.

4. Курносова, Е. А. Принципы и основные показатели оценки эффективности инновационных проектов в промышленном секторе / Е. А. Курносова // Инвестиционный, финансовый и управленческий анализ. – 2019. – Т. 5, № 3. – С. 134–138.

5. Неводова, И. А. Оценка экономической эффективности проектов ГЧП: проблемы, пути инноваций / И. А. Неводова, Д. В. Кущ // Экономика. Право. Общество: новые стратегии и вызовы : материалы III Всероссийской научно-практической конференции. – Рязань : Концепция, 2024. – С. 77–80.

6. Споров, Д. С. Принципы оценки эффективности инвестиционного проекта и учет рисков при оценке эффективности / Д. С. Споров // Молодой ученый. – 2024. – № 48 (547). – С. 114–116.

Подбор медицинского персонала: особенности и требования

Н. П. Яковлева
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – д-р полит. наук, профессор О. В. Волох

Система здравоохранения в XXI веке переживает качественную трансформацию, обусловленную изменением форм собственности, развитием рыночных отношений и внедрением цифровых технологий. Переход от доминирования государственных учреждений к многообразию частных клиник, лабораторий и диагностических центров изменил не только структуру оказания медицинских услуг, но и подходы к управлению человеческими ресурсами.

В этих условиях вопрос подбора и удержания медицинских кадров становится стратегическим фактором конкурентоспособности медицинских организаций.

Среди основных тенденций можно выделить:

– усиление конкуренции за квалифицированных специалистов (врачи узких специальностей, медицинские сестры, лабораторные работники);

– миграцию кадров в частные клиники и за рубеж;

– развитие новых форм занятости – совместительство, частичная занятость, дистанционные консультации;

– повышение роли HR-технологий и цифровизации подбора.

Отметим, что набор медицинских работников – это сложный и ответственный процесс, требующий повышенного внимания к деталям. Он включает в себя несколько этапов, направленных на обеспечение соответствия кандидатов высоким стандартам. В частности, необходимо:

– тщательно проверять соответствие квалификации кандидатов государственным требованиям и лицензионным нормам;

– подтверждать подлинность и актуальность дипломов, сертификатов и оценивать опыт работы;

– оценивать не только профессиональные навыки, но и личные качества, такие как стрессоустойчивость, умение общаться и сопереживать, а также ответственность;

– учитывать моральные принципы и готовность к работе в условиях повышенного эмоционального напряжения.

Согласно государственной программе «Денсаулық» и Стратегии развития здравоохранения РК на 2023–2027 годы, одним из приоритетов отрасли является укрепление кадрового потенциала. В стране наблюдается неоднородность кадрового распределения: высококвалифицированные кадры сосредоточены в крупных городах (Астана, Алматы, Шымкент), тогда как сельская местность испытывает острую нехватку специалистов.

Факторами кадрового дефицита являются:

– миграция врачей за рубеж (в первую очередь в Россию, Германию, ОАЭ);

– высокая нагрузка и недостаточный уровень заработной платы в государственных учреждениях;

– ограниченные возможности профессионального роста в регионах;

– низкая мотивация выпускников медицинских вузов работать вне областных центров.

Появление и развитие частных клиник и диагностических центров в Казахстане привело к формированию динамичного рынка медицинского труда. Частный сектор предлагает более привлекательные условия: высокую оплату, гибкость в работе, современное оснащение и дополнительные стимулы. В то же время, государственные медицинские учреждения продолжают удерживать специалистов за счет стабильности, социальных гарантий, доступа к профессиональной сертификации и государственным программам обучения, а также стабильного потока пациентов для получения клинического опыта. В результате, конкуренция между государственным и частным здравоохранением подталкивает специалистов к профессиональному развитию, но одновременно вызывает отток квалифицированных кадров из государственных больниц и поликлиник.

Для привлечения и закрепления медицинских работников, особенно в сельских населённых пунктах, реализуется комплекс мер государственной поддержки:

– предоставление социальных гарантий;

– улучшение жилищных условий;

– материальное стимулирование.

В 2024 году главой государства был подписан закон Республики Казахстан, направленный на защиту прав и интересов медицин-

ских и фармацевтических работников. Он стал ключевым шагом в укреплении доверия к профессии и повышении ее престижа.

В результате данных мер по итогам 2024 года дефицит врачей составил 3986 единиц, что на 20 % меньше, чем в 2023 году. По среднему медицинскому персоналу дефицит составил 4 230,75 единиц, снизившись на 7 % по сравнению с предыдущим годом.

По состоянию на 1 января 2025 года в системе здравоохранения Республики Казахстан, включая все ведомственные учреждения, трудится порядка 275 тысяч медицинских работников, в том числе: более 83 тысяч врачей; около 191 тысячи специалистов среднего медицинского звена.

По словам первого вице-министра здравоохранения Тимура Султангазиева, озвученным на брифинге в СЦК: «За последние три года мы наблюдаем устойчивую положительную динамику по росту численности медицинских кадров: количество врачей увеличилось на 2 %, а среднего медперсонала – на 0,5 %. На сегодня обеспеченность медицинскими кадрами в Казахстане превышает средние показатели стран ОЭСР, что подтверждает эффективность реализуемой кадровой политики».

Таким образом, подбор медицинского персонала в Республике Казахстан представляет собой стратегически важное направление государственной политики в области здравоохранения. Дефицит кадров, миграция специалистов и рост частного сектора требуют комплексного подхода – сочетания административных, экономических и мотивационных механизмов.

Будущее казахстанской медицины зависит от способности системы здравоохранения привлекать, развивать и удерживать профессионалов, соответствующих высоким требованиям современного общества и международным стандартам медицинской помощи.

Библиографический список

1. Приказ Министра здравоохранения Республики Казахстан от 27 января 2023 года № 64 «Об утверждении Плана развития Министерства здравоохранения Республики Казахстан на 2023-2027 годы» (с изм. и доп. по сост. на 31.12.2024). – URL: https:// online.zakon.kz/Document/?doc_id=36473828.

2. В Казахстане дефицит врачей сократился на 20 % [Электронный ресурс] // Единая платформа интернет-ресурсов государственных органов. – URL: https:// www.gov.kz/memleket/entities/dsm/press/news/details/1023122?lang=ru.

3. Столяров, С. А. Экономика и управление в здравоохранении : учебник для вузов / С. А. Столяров. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Юрайт, 2025. – 355 с.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ

Искусственный интеллект в программировании: замена программиста или только полезный инструмент?

И. А. Анищенко
Омский филиал Университета «Синергия», г. Омск
Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Г. А. Домащенко

Сейчас имеет широкое распространение мнение о том, что искусственный интеллект может заменить программистов, и такая профессия исчезнет за ненадобностью. Конечно, у такого мнения есть основания, потому что многие программисты уже интегрировали искусственный интеллект в свою профессиональную деятельность, например, почти в каждой профессиональной и современной среде разработки программного кода (IDE) уже изначально интегрированы различные помощники на основе ИИ, чтобы облегчить жизнь программиста; примером такой среды может служить Visual Studio Code, в которую внедрен ИИ GitHub Copilot, разработанный корпорацией Microsoft на базе модели OpenAI Codex [1]. И с учетом того, как стремительно, буквально семимильными шагами, развивается искусственный интеллект, появляется вопрос: а почему, если ИИ уже сейчас может помогать профессиональным разработчикам, он не сможет в будущем полностью заменить разработчиков даже самой высокой квалификации. И поэтому в этой статье рассматриваются текущие возможности и ограничения искусственного интеллекта в программировании, чтобы понять, что он может и есть ли реальное основание переживать программистам, что ИИ займет их место?

Вообще ИИ в программировании может выполнять не только задачи по написанию программного кода продукта, а множество

других полезных действий, как для разработчика или команды разработчиков, так и для продвижения прогресса по созданию продукта в целом. Но сейчас обратим внимание именно на эту часть работы ИИ в программировании.

Рисунок 1 – Применение ИИ в разработке программного обеспечения [7]

Первое, что ИИ может делать именно в написании кода, – это просто анализировать уже написанный программистом код и на основе этого анализа давать подсказки разработчику. Такой метод использования ИИ – это самое очевидное, что можно встроить в рабочий процесс разработчика, и поэтому внедрение таких помощников программисту в среды разработки (IDE) нового поколения уже тенденция; такой подход помогает компаниям, которые создают среды разработки, выделить именно свой продукт за счет оптимизации рабочего времени разработчика.

Второе, что вытекает из первого: раз искусственный интеллект может анализировать код, написанный человеком, и давать подсказки на основе анализа, как-бы предсказывая следующий ход человека, то почему он не может на основе кода, написанного человеком, сам писать код под запрос человека? И тут открывается новый метод использования ИИ в программировании, когда программисту уже не надо полностью самому писать весь программный код продукта, а достаточно лишь попросить ИИ самому написать нужный код, то есть дать нейросети команду, так называемый промпт. Но важно, чтобы тот, кто дает такую команду ИИ, четко понимал, какой результат он хочет получить от ИИ, поэтому без знаний языка программирования тут не обойтись. И тут мы получаем первую часть ответа на вопрос о том, может ли ИИ заменить программиста.

Таблица 1 – Основные аспекты и эффект от применения ИИ в IDE [1]

Аспект применения	Описание	Преимущества для разработки
Автодополнение кода	Модель формирует прогноз последующего фрагмента кода на основе текущего контекста	Повышение темпа разработки; снижение вероятности синтаксических ошибок
Анализ кода в реальном времени	В процессе написания кода выполняется автоматизированная проверка и формируются рекомендации по улучшению	Повышение структурного качества кода; уменьшение числа ошибок на ранних этапах разработки
Обнаружение ошибок и корректировка синтаксиса	Выявляются синтаксические и отдельные логические несоответствия; предлагаются варианты исправлений	Повышение надежности программного кода; сокращение трудозатрат на отладку
Прогнозирование и автоматизация рутинных задач	Автоматизируются повторяющиеся операции	Снижение когнитивной нагрузки разработчика; ускорение выполнения типовых операций

Конечно, сейчас искусственный интеллект, заточенный на написание кода, уже достаточно продвинут в этом деле, и человеку уже не обязательно править каждую строчку и символ, написанные нейросетью, и это уже позволяет сильно ускорить разработку, ведь можно отдать написание небольшого модуля программы ИИ и сделать так не с несколькими модулями, а потом уже самому соединить такие модули в единую программу. Но такой подход кроет в себе множество опасностей, если не контролировать результат работы ИИ, например, код может быть логически неверным, или разные модули могут ломать работу друг друга, ИИ при написании использовал устаревшие или несовершенные методы защиты или вовсе написал то, что от него не требовалось [2].

Рисунок 2 – Итеративная схема проверки и исправления кода, сгенерированного ИИ [4]

Всё это дает понять, что контроль со стороны человека, который знает язык программирования, знает, какая архитектура должна быть у готового программного продукта, очень важен, так как даже если ИИ и напишет хороший код с точки зрения синтаксиса, это не значит, что это будет безопасный и полностью рабочий код.

Тут можно подумать, что если не большие и сложные проекты, то небольшие коды ИИ может писать без проблем и тут специалист не понадобится, но стоит вспомнить то, что ИИ – это не волшебная коробочка, в которую отправляешь свое желание, а он дает корректный результат, а лишь механизм, который учится воспроизводить то, что от него требуется, и тут очень важное слово – учится. Ведь ИИ можно научить как угодно писать код (если давать ему определенный материал), и тут надо вспомнить и о безопасности, потому что если не уделить должного внимания безопасности, можно найти первый попавшийся ИИ в интернете и дать ему задачу и при этом не разбираться самому, то это слепое доверие тем, кто тренировал этот ИИ. А это множество подводных камней, начиная от того, что эту нейросеть тренировали на коде плохого качества, и она будет писать очень неэффективный и вряд ли рабочий код, и вплоть до того, что разработчики этого ИИ отдадут этой нейросети приоритетную команду добавить так называемый бэкдор (дефект алгоритма, который намеренно встраивается в него разработчиком и позволяет получить несанкционированный доступ к данным) в код, и тогда такой код будет не просто неэффективным, а хуже того – он будет зловредным [3]. И поэтому даже если ИИ научится писать код полностью сам, всегда нужны будут люди, которые разбираются в коде и которым вы доверяете, чтобы они сказали, это хороший или плохой код.

Но почему тогда использование ИИ в программировании сейчас так широко распространённо [4] при всех его недостатках? Тут можно отметить две вещи.

Первое: ИИ в программировании также часто используют не только для работы с самим кодом, но и для написания комментариев к коду [5], что очень нужно в текущей ситуации, когда разработку больших программных продуктов ведет несколько разработчиков, а порой и целые команды из десятков человек. И тут ИИ справляется хорошо, так как первый этап, который проходит ИИ для написания кода, – это его анализ, а анализ можно легко превратить в коммен-

тарий, поэтому для нейросети это легкая задача, а также цена ошибки ИИ при выполнении данной задачи невелика. Такое сочетание факторов сказывается на том, что ИИ активно используют в процессе разработке, но не в написании кода, а именно в написании комментариев, чтобы участники одной команды разработчиков понимали код друг друга, при этом не тратя время на написание комментариев. Написание комментариев к коду с помощью ИИ также часто применяется при проверке кода (code review), что удобно, ведь ИИ сразу может подсветить слабые места или, наоборот, правильные решения, что оптимизирует время разработчика при code review.

Таблица 2 – Типы комментариев, которые может генерировать ИИ при рецензировании кода [5]

Тип комментариев	Содержание комментариев
Лучшие практики программирования	Читаемость и поддерживаемость; понятные имена; соблюдение стиля; указание на отсутствие документации, если это мешает пониманию
Исправление ошибок	Поиск потенциальных ошибок; улучшение обработки исключений
Оптимизация	Замечания об избыточных / неэффективных вычислениях, если это реально влияет на производительность

Второе – это то, что искусственный интеллект в программировании – это не то, что позволит отдать написание команд для машин машинам: это инструмент для человека, который в руках профессионала ускорит и оптимизирует процесс разработки кода программного продукта, ведь если понимать и контролировать код, который пишет нейросеть, то большинство рутинных задач можно отдать машине, но машина вряд ли когда-нибудь уместит в себе то, что может человек, начиная от полного и детального понимания архитектуры продукта, которая во многом строится на том, как с ней взаимодействует человек, заканчивая тем, какие требования к продукту предъявляет реальный мир. И уж тем более ИИ никогда не сможет взять на себя ответственность за правильность принятых решений при разработке программного продукта и ручаться за то, что программный продукт безопасен и будет приносить только пользу [6]. И это третья и финальная завершающая часть ответа на вопрос, сможет ли ИИ заменить программиста.

На основе выше сказанного можно сказать, что использование искусственного интеллекта в программировании – это уже реальность, однако ИИ сейчас эффективно используется только лишь как помощник программисту: он может подсказывать, помогать понять код коллег или выполнить мелкую задачу, но для использования нейросети для создания полноценных больших программных продуктов на текущем этапе существуют серьезные ограничения по причинам низкого качества кода от ИИ, отсутствия полного контроля над кодом и невозможности ИИ нести ответ за написанный собой код. Поэтому заменить программистов нейросетями в рассматриваемых условиях невозможно.

Библиографический список

1. Роль больших языковых моделей в интегрированных средах разработки нового поколения / А. Ю. Ишанхонов, Д. В. Пшиченко, Е. А. Можаровский, А. С. Алуев // Программные системы и вычислительные методы. – 2024. – № 4. – С. 140–150. – DOI: 10.7256/2454-0714.2024.4.72022. – EDN: KMTOBG.

2. Автоматическое генерирование кода с использованием больших языковых моделей (LLM): ограничения и перспективы / Н. В. Кушнир, В. П. Зайков, Н. В. Литовка, Е. С. Яцкевич // Научный журнал КубГАУ. – 2025. – № 210. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/avtomaticheskoe-generirovanie-koda-s-ispolzovaniem-bolshih-yazykovyh-modeley-llm-ogranicheniya-i-perspektivy.

3. Настройка языковой модели для безопасной генерации кода / Д. С. Шайхелисламов, М. С. Вареца, А. С. Сёмкин, О. Ю. Рогов // Труды ИСП РАН. – 2025. – Т. 37. – Вып. 5. – С. 111–122. – DOI: 10.15514/ISPRAS-2025-37(5)-8. – (На англ. яз.).

4. Интерактивная генерация кода на основе LLM: эмпирическая оценка / Д. С. Шайхелисламов, М. Д. Дробышевский, А. А. Белеванцев // Труды ИСП РАН. – 2025. – Т. 37. – Вып. 5. – С. 123–130. – DOI: 10.15514/ISPRAS-2025-37(5)-9.

5. Качанов, В. В. Автоматическая генерация рецензий к коду: эволюция инструкций и интеллектуальная фильтрация / В. В. Качанов // Труды ИСП РАН. – 2025. – Т. 37. – Вып. 4. – Ч. 2. – С. 117–132. – DOI: 10.15514/ISPRAS-2025-37(4)-22.

6. Козлова, Ю. Д. Преимущества использования искусственного интеллекта в обеспечении качества при разработке программного обеспечения / Ю. Д. Козлова, А. В. Уткин // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2024. – № 9-3 (96). – С. 82–88.

7. Петров, Л. Ю. Искусственный интеллект и машинное обучение в разработке ПО / Л. Ю. Петров, Э. Г. Ахметшина // Вестник науки. – 2025. – № 9 (90). – С. 347–358.

Разработка и исследование нейросетевых моделей для распознавания изображений

М. А. Арбузов
Магистральная средняя общеобразовательная школа Омского муниципального района Омской области, г. Омск
Научный руководитель – учитель информатики А. В. Катесова

В условиях информатизации общества технологии активно развиваются, особое внимание уделяется искусственному интеллекту (ИИ). Одним из ключевых инструментов ии являются нейронные сети. «Нейронные сети – это искусственный интеллект, который представляет собой вид машинного обучения, посредством которого программное обеспечение компьютера способно имитировать человеческий мозг» [1].

Процесс создания нейронной модели охватывает анализ сетевой архитектуры, подготовку исходных данных, определение оптимальных параметров обучения. Критическое значение имеет точный выбор этих параметров, поскольку он напрямую коррелирует с итоговой точностью функционирования модели. Данное исследование актуально в контексте систематического изучения корреляции между параметрами нейронной сети и метриками точности распознавания изображений, что позволит разработать высокоэффективные модели.

На формирование теоретической базы развития нейронных сетей повлияло изобретение Френка Розенблатта, в 1957 году в свет вышла однослойная нейронная сеть под названием «перцептрон». Рост объема данных и производительности вычислительных машин привел к прорыву в глубоком обучении, ярким примером может служить созданная в 2012 году сверточная нейронная сеть AlexNet, при помощи алгоритмов компьютерного зрения увеличивается точность верности классификации и обнаружения объектов.

Обратимся к принципам работы простейшей нейронной сети. Нейрон представляет клетку, проводящую импульсы для приема, которая также имеет способность хранить и обрабатывать. Слои играют преобразовательную роль данных. «Простые нейронные сети – это сети простого персептрона, или однослойные нейронные сети, состоят из одного слоя нейронов, который принимает входные

данные и выдает выходные значения» [2]. Применяя их, мы можем эффективно классифицировать данные, выявлять закономерности и делать прогнозы.

Нейронная сеть представляет математическую модель: матрицы и векторы. В основе работы искусственного нейрона лежит процесс, при котором входные данные подвергаются взвешиванию, умножению на веса, и суммированию. Обработка итоговой суммы проходит через нелинейную функцию активации, определяющую выходной сигнал нейрона. Подобный процесс можно представить в виде формулы:

$$y = f(w_1 x_1 + w_2 x_2 + \cdots + w_n x_n + b).$$

Где:

- x - входные данные,
- w - веса нейрона,
- b - смещение,
- f - функция активации.

Важным фактором архитектуры нейронной сети играет формирование структуры данных. В задачах классификации изображений чаще всего используют структуру, где корневая папка – dataset, разделена на три основные части: train, validation, test. Подобная структура позволяет корректно оценивать качество работы нейронной сети и предотвращать переобучение модели.

Для проведения исследования, в качестве обучающего набора данных использовался «Набор данных MNIST (Modified National Institute of Standards and Technology) — это самый большой и известный набор данных о рукописных цифрах для решения задач распознавания и классификации в машинном обучении» [3].

Реализация простой нейронной модели выполнена на языке программирования Python. Выбор обусловлен его доминирующим положением, благодаря обширному набору специализированных библиотек. Для создания и обучения использовалась библиотека PyTorch. Она позволяет описывать архитектуру модели, задавать функцию ошибки и выполнять обучение сети на обучающих данных. Таким образом, Python и Pytorch являются эффективными инструментами для гибкого изменения параметров обучения модели и анализа их влияние на точность классификации.

После этого были сформулированы следующие задачи исследования.

1. Определить влияние количества эпох обучения на точность нейронной сети при распознавании рукописных цифр.

2. Исследовать влияние архитектуры нейронной сети на точность распознавания.

3. Исследовать влияние размера скрытого слоя на точность классификации изображений.

4. Определить влияние размера пакета обучения на точность и скорость обучения нейронной сети.

Перед проведением серии экспериментов была подготовлена структура проекта. В корне диска создана рабочая папка experiment. Внутри был создан программный файл mnist_torch.py, в котором реализована модель нейронной сети и процедура её обучения. Такой подход позволяет удобно организовать структуру проекта и повторять эксперименты при изменении параметров модели.

При изменении количества эпох, запуск программы будет осуществляться несколько раз посредством команды в системе программирования «python mnist_torch.py».

Таблица 1 – влияние количества эпох на точность

Эпохи	Точность
10	0.97
50	0.98
100	0.97

Результаты показывают, что увеличение количества эпох действительно приводит к повышению точности модели, однако рост точности постепенно замедляется. Это объясняется тем, что используемая модель имеет простую архитектуру и ограниченную способность извлекать сложные закономерности из данных.

Таким образом, увеличение количества эпох обучения позволяет повысить точность модели. Это показывает, что для улучшения результатов важно не только увеличивать время обучения, но и изменять архитектуру нейронной сети.

Стандартная архитектура нейронной сети, состоящая из одного линейного слоя без скрытых нейронов: self.fc = nn.Linear (28*28, 10).

Модель со скрытым слоем из 128 нейронов и функция активации ReLU.

self.fc1 = nn.Linear(28*28, 128)
self.relu = nn.ReLU()

Таблица 2 – результаты сравнения

Архитектура	Эпохи	Точность
10	100	~0.92
128 – 10	15	~0.97 – 0.98

Следовательно, что при меньшем объеме обучающих итераций, модель, включающая скрытый слой, демонстрирует более высокий уровень точности. Таким образом, добавление скрытого слоя значительно улучшает способность модели распознавать изображения.

Число 128 в строке «self.fc1 = nn.Linear(28*28, 128)» обозначает количество нейронов. Изменим их на 32, 64, 256 и 1000.

Таблица 3 – результаты размера скрытого слоя

Нейронов	Точность
32	0.97
64	0.97
256	0.9807
1000	0.9806

Анализируя получившиеся данные, можно заключить, что для эффективной работы необходимо подобрать оптимальный размер скрытого слоя.

В строке train_loader = DataLoader (train_dataset, batch_size = 64) находится batch_size – количество просмотренных сетью одновременно изображений.

Таблица 4 – результаты влияния размера batch_size

batch size	результат
16	обучение медленнее
32	нормально
64	стандарт
256	быстрее, но иногда хуже

Вывод: серия экспериментов позволила оценить влияние основных параметров обучения нейронной сети на точность. Установлено, что эффективность сети определяется количеством эпох, архитектурой, наличием скрытых слоев и их размером. Таким образом, проведенное исследование показывает, что применение даже базовой модели, разработанной посредством библиотеки PyTorch в среде программирования Python, позволяет достичь эффективного решения задачи классификации изображений при условии оптимального конфигурирования параметров обучения.

Библиографический список

1. Кузнецова, И. О. Принцип работы и архитектура нейронных сетей / И. О. Кузнецова, Д. А. Малютов // Евразийская интеграция: современные тренды и перспективные направления. – 2024. – № 7. – С. 106–111. – DOI: 10.24412/cl-37031-2024-2-106-111.

2. Сущеня, Р. В. Нейронные сети и их классификация. Основные виды нейронных сетей / Р. В. Сущеня, А. Э. Кокаев // Вестник науки. – 2023. – № 8 (65). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/neyronnye-seti-i-ih-klassifikatsiya-osnovnye-vidy-neyronnyh-setey.

3. Al-Hamadani Mokhaled N. A. Classification and analysis of the mnist dataset using pca and svm algorithms. Vojnotehnički glasnik, vol. 71, no. 2, 2023, pp. 221–238.

Психологические аспекты доверия к автоматизированным системам принятия решения

Ю. С. Бубнова
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – канд. пед. наук, доцент Т. Н. Романова

Искусственный интеллект с поразительной быстротой развивается последние несколько лет и внедряется во все сферы человеческой жизни, от повседневной до профессиональной среды. Однако эффективность данной синергии, «человек-компьютер» напрямую зависит от психологического феномена доверия этого челове-

ка к автоматизированной машине. Недостаток доверия ведет к отказу от использования потенциально эффективных технологий, а чрезмерное, почти слепое, доверие повышает риск критических ошибок. В данном контексте доверие может быть определено как готовность пользователя полагаться на действия и рекомендации системы в ситуации неопределенности и риска.

Проблема доверия к АСПР является вопросом социального познания – человек применяет к машине те же социальные ожидания, которые предъявляет к другому человеку, что зачастую приводит к когнитивному диссонансу и ошибкам в эксплуатации. В отличие от межличностного доверия, у алгоритма отсутствует аспект моральной ответственности.

Цель – исследовать механизмы чрезмерного доверия к алгоритмам и выявить риски, возникающие при нарушении психологической дистанции между человеком и технологией.

Задачи:

1. Рассмотреть факторы, способствующие появлению доверия.

2. Выявить динамику становления доверия.

3. Выявить и описать негативные стороны повышенного доверия к искусственной системе.

Комплекс факторов, детерминирующих уровень доверия

Уровень доверия к алгоритму не является константой, а формируется под воздействием трех независимых групп переменных:

1.1. Технологические факторы:

1. Прозрачность и интерпретируемость – психологический комфорт пользователя напрямую зависит от того, может ли система «объяснить» предложенное решение на задачу, заданную человеком. Отсутствие прозрачности в ответах создает «черный ящик», активируя защитные механизмы психики и вызывает недоверие.

2. Надежность – регулярность правильных ответов. Здесь также важен «эффект первичности»: ошибки, совершенные системой в начале работы, вызывают недоверие гораздо сильнее, чем ошибки, совершенные позднее.

3. «Человекоподобный» интерфейс – наличие похожих на человека черт, таких как голос, лицо, манера общения, вызывает эффект «социального присутствия». Это может как повысить доверие, так и вызвать эффект «зловещей долины», когда человек испыты-

вает дискомфорт или даже страх при взаимодействии с искусственными созданиями, выглядящими почти как люди.

1.2. Личностные факторы (характеристика пользователя):

Индивидуальная склонность к доверию – базисное доверие к окружающему миру и технологиям.

Когнитивные искажения:

1) алгоритмическая неприязнь – разрушение доверия к алгоритму после первой же ошибки быстрее, чем к человеку-эксперту.

2) эффект «самоуспокоенности» – склонность переоценивать возможности системы при отсутствии сбоев в течение долгого времени.

Профессиональная компетентность – опытные специалисты чаще подвергают критическому анализу решения АСПР, нежели новички или обычные люди.

1.3. Ситуативный контекст:

1. Критичность задачи – в ситуациях повышенного риска, порог доверия к машине значительно выше, а требования ее прозрачности жестче.

2. Временной дефицит – в условиях стресса и нехватки временных ресурсов человек склонен некритично полагаться на ответы алгоритма, чтобы снизить собственную когнитивную нагрузку.

Стадии развития доверия к искусственному интеллекту

Процесс развития доверия можно разделить на три этапа:

1. Этап диспозиционного доверия.

Это базовый, предрасположенный уровень доверия, который человек приносит с собой еще до любого прямого взаимодействия с конкретной системой искусственного интеллекта. Это, своего рода, «общее» доверие или недоверие к технологиям, автоматизации или даже к будущему в целом. Формируется через личностное представление человека, его культурного просвещения, опыта предыдущего использования технологий.

2. Этап опытного доверия.

Этот опыт формируется через прямое личное взаимодействие с конкретной системой. Доверие, основанное на доказательствах, которое либо укрепляется, либо разрушается в зависимости от фактического опыта использования. Формируется по производительности АСПР, насколько стабильно и последовательно он выполняет задачи и, насколько полезными представляются его результаты.

3. Этап калиброванного доверия.

Это оптимальное, реалистичное доверие, которое достигается, когда человек имеет глубокое понимание как возможностей, которое предоставляет использование искусственного интеллекта, таки его недостатки и ограничения, точное соответствие уровня доверия реальной компетентности АСПР.

Последствия нарушения психологической дистанции с АСПР

Широкое внедрение технологий АСПР в нашу жизнь несет в себе скрытые психологические риски, особенно когда человек теряет дистанцию в отношении этой же технологии.

Системная предвзятость.

Укрепление и распространение существующих предрассудков:

Алгоритмы обучаются на данных, транслируемых в Интернете, которые часто отражают социальные, культурные и исторические предвзятости. Если человек слепо доверяет искусственному интеллекту, он невольно тиражирует эти предвзятости, перенося их из «данных» в реальные решения.

Снижение критического мышления:

Человек перестает анализировать информацию самостоятельно, доверяя АСПР как «авторитетному лицу». Это обесценивает человеческий опыт, знания и навыки.

Снижение ответственности:

Когда решение принимается системой, человек снимает с себя всю ответственность за результат и последствия своих действий.

Деградация навыка.

Снижение практики:

Основной принцип развития навыка – регулярная практика. Если АСПР выполняет большую часть работы, человек лишается этой практики, а соответственно, не развивает и даже постепенно теряет свои умения.

Атрофия когнитивных процессов:

Многие навыки требуют сложных когнитивных процессов – анализа, принятия решений в условиях неопределенности, творческого подхода. Когда все эти функции передаются искусственному интеллекту, нейронный связи ослабевают.

Взаимодействие человека с автоматизированной системой принятия решений ставит вопрос о сохранении субъективности, кризиса идентичности, где за удобством быстрого решения задачи

скрывается риск утраты когнитивных компетенций и принятия чуждых, системно-предвзятых ценностей.

Доверие к искусственному интеллекту должно быть инструментом, а не путем избегания ответственности. Любая автоматизация – это лишь зеркало данных, транслируемых повсеместно в сети, на которые она обучена. Человек обязан сохранять дистанцию, позволяющую видеть границы применимости технологий. Только осознанное управление позволит нам использовать АСПР как рычаг прогресса, не становясь при этом заложниками алгоритмов.

Библиографический список

1. Бруссард, М. Искусственный интеллект : пределы возможного / Мередит Бруссард; пер. с англ. Е. Арье. – М. : Альпина нон-фикшн, 2020. – 362 с.

2. Гарбук, С. В. Особенности применения понятия «доверие» в области искусственного интеллекта / С. В. Гарбук // Искусственный интеллект и принятие решений. – 2020. – № 3. – С. 15–21.

3. Лешкевич, Т. Г. Человек-виртуал и передача культурных ценностей поколению эпохи цифры / Т. Г. Лешкевич // Вопросы философии. – 2022. – № 3. – С. 53–63.

4. Журавлев, А. Л. Психологические аспекты внедрения технологий искусственного интеллекта / А. Л. Журавлев, Т. А. Нестик // Психологический журнал. – 2019. – № 40 (6). – С. 5–17.

Маркетинг в мессенджерах и чат-ботах как инструмент повышения конверсии и качества сервиса

А. А. Буртович
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – канд. пед. наук, профессор О. Н. Лучко

Маркетинг в наше время – это диалог. Потребитель устал от массовых охватов и хочет коммуникации там, где ему удобно. Аудитория мессенджеров превышает 3,1 млрд человек, а более 70 % пользователей выбирают чаты с брендами предпочтительным каналом связи. Инструментом, сделавшим такой диалог возможным,

стал чат-бот. Он работает 24/7, не устает и способен персонализировать общение, имея доступ к истории заказов. Однако практика показывает, что сам по себе бот – не гарантия успеха. Отсутствие интеграции с CRM, аналитики и продуманной эскалации обесценивает его потенциал. Цель работы – провести анализ роли чат-ботов в повышении конверсии и качества сервиса, выявить факторы успеха на основе реальных кейсов и разработать рекомендации, адаптированные для российского бизнеса.

Технологической основой современного маркетинга является Conversational Marketing – стратегия построения персонализированной коммуникации в реальном времени через мессенджеры и чаты [1]. Его ключевые характеристики: синхронность (время ответа – секунды), непрерывность контекста и бесшовная эскалация оператору.

Эволюция маркетинга в мессенджерах прошла четыре этапа: от «личной территории» (ICQ) до транзакционной модели, где мессенджеры стали коммерческими платформами. На российском рынке сегодня доминируют Telegram и VK Мессенджер [2].

Инструменты разработки делятся на три класса:

1. Low-code платформы (Aimylogic, Manybot) – для быстрого запуска.

2. Промышленные NLU-платформы (Dialogflow) – для сложных сценариев.

3. Open-source фреймворки (Rasa) – для полного контроля над данными [3].

Ключевой фактор успеха – интеграция с CRM. Боты, имеющие доступ к данным клиента, показывают конверсию на 30–40 % выше [4].

Для оценки эффективности используется система метрик в трех измерениях:

1. Конверсия: макро- (оформление заказа) и микроконверсии (клик по рекомендации).

2. Качество сервиса: CSAT, NPS, CES, FCR.

3. Операционная эффективность: доля закрытых ботом обращений и стоимость контакта [5].

Среди рисков внедрения выделяются: уязвимости безопасности (67 % ботов содержат критические уязвимости), потеря контекста диалога и регуляторные ограничения (152-ФЗ о персональных данных) [6].

Современные тренды: интеграция генеративного ИИ (LLM), который сокращает долю нераспознанных запросов на 40–60 %, переход к проактивной модели и развитие голосовых интерфейсов [7].

Проектирование чат-бота должно подчиняться логике жизненного цикла продукта.

Целеполагание: фиксация KPI (конверсия, доля автоматизации).

[19.03.2026 0:28] A N: Выбор платформы: для российского B2C приоритет – Telegram и VK. WhatsApp Business API требует значительного бюджета.

Разработка: обязательна модульная архитектура и интеграция с CRM.

Тестирование: NLU-модель должна иметь точность (Accuracy) не ниже 85 %.

Аналитика: необходим мониторинг метрик и A/B-тестирование сценариев.

Для выявления универсальных факторов успеха был проведен сравнительный анализ восьми кейсов внедрения чат-ботов на международном и российском рынках.

Кейс 1. Sephora (США, e-commerce). Ретейлер внедрил чат-бота в Facebook Messenger с интеграцией в CRM и технологией дополненной реальности для виртуальной примерки. Результат: нагрузка на контакт-центр снизилась на 35 %, а клиенты, использовавшие виртуальную примерку, стали совершать покупки на 11 % чаще. Фактор успеха – глубокая персонализация и создание уникального пользовательского опыта [8].

Кейс 2. «Золотое яблоко» (РФ, e-commerce). Запуск антропоморфного бота «Зоя» в мобильном приложении. Благодаря гибридной модели (машинное обучение + сценарии) и доступу к истории заказов, время первой реакции сократилось в три раза (до 1-2 секунд). Фактор успеха – размещение чата внутри официального приложения, что повысило безопасность и доверие клиентов [9].

Кейс 3. T-Bank (РФ, финансы). Интеграция собственных LLM-моделей (Gen-T) и создание «копайлотов» для операторов. Результат: автоматизация 45 % обращений без участия человека, рост скорости решения вопросов на 10 %. Совокупный экономический эффект оценивается в десятки миллиардов рублей. Фактор успеха – разработка собственных моделей под специфику русского языка и гибридная система «человек + ИИ» [9].

Кейс 4. Авиакомпания «Азимут» (РФ, транспорт). Переход от сценарного бота (20 % автоматизации) к ИИ-ассистенту на базе GigaChat с RAG-технологией. Решение интегрировано в мобильное приложение, сайт и VK. Результат: рост автоматизации до 86 %, многократное сокращение времени ожидания при пиковых нагрузках. Фактор успеха – применение RAG для автоматического обновления базы знаний без переобучения модели [9].

Обобщая успешные практики, можно выделить универсальные факторы успеха: 1) доступ к контексту (интеграция с CRM); 2) бесшовная эскалация оператору; 3) непрерывная оптимизация на основе данных. Однако прямое копирование западных решений в РФ невозможно по трем причинам: доминирование Telegram/VK, а не WhatsApp; низкое качество распознавания русского языка западными NLU-платформами (Dialogflow, Watson); требования 152-ФЗ о локализации данных.

Матрица адаптации для российского рынка предполагает замену технологического стека:

Вместо Facebook Messenger и WhatsApp – приоритет Telegram и VK Мессенджер, либо встроенный чат в мобильном приложении.

Вместо Dialogflow и IBM Watson – российские NLU-платформы (Aimylogic, Just AI) или LLM (YandexGPT, GigaChat).

Вместо зарубежных облачных серверов – размещение данных в РФ для соответствия 152-ФЗ.

Таким образом, адаптированное решение для российского бизнеса должно строиться на отечественных технологиях обработки языка, учитывать структуру локальных мессенджеров и обеспечивать полный контроль над данными клиентов.

Заключение. Проведенное исследование подтвердило, что даже ограниченный по функционалу чат-бот, интегрированный с CRM, способен обеспечить измеримый экономический эффект: снижение нагрузки на поддержку на 20–30 %, сокращение времени ответа на 40–50 %, рост NPS. Зарубежные практики успешно работают в России при условии осознанной адаптации технологического стека и учета локальной специфики.

Библиографический список

1. Баженов, Д. Миллион подписчиков в чат-боте: как работает мессенджер-маркетинг крупных брендов / Д. Баженов // Интернет-маркетинг. – 2022. – № 4. – С. 286–292.

2. Telegram API. Telegram Bot Platform Documentation [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: https://core.telegram.org/bots (дата обращения: 10.03.2026).

3. Rasa. NLU Training and Evaluation Best Practices [Электронный ресурс]. – 2025. – URL: https://rasa.com/docs/nlu-best-practices (дата обращения: 10.03.2026).

4. Gartner. Best Practices for Chatbot Integration with CRM [Электронный ресурс]. – 2025. – URL: https://www.gartner.com (дата обращения: 10.03.2026).

5. Forrester Research. The Impact of Response Time on Customer Satisfaction [Электронный ресурс]. – 2023. – URL: https://www.forrester.com (дата обращения: 10.03.2026).

6. Positive Technologies. Безопасность чат-ботов: исследование уязвимостей [Электронный ресурс]. – 2024. – URL: https://www.ptsecurity.com (дата обращения: 10.03.2026).

7. McKinsey & Company. The state of AI in customer service [Электронный ресурс]. – 2025. – URL: https://www.mckinsey.com (дата обращения: 10.03.2026).

8. Salesforce. Sephora Case Study: Personalized Marketing at Scale [Электронный ресурс]. – 2022. – URL: https://www.salesforce.com/case-studies/sephora (дата обращения: 10.03.2026).

9. Бахшиев, Р. Т. О. Персонализация в цифровой рекламе: как технологии искусственного интеллекта изменяют подходы к сегментации и удержанию аудитории / Р. Т. О. Бахшиев // Universum: экономика и юриспруденция. – 2025. – № 2 (124). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/personalizatsiya-v-tsifrovoy-reklame-kak-tehnologii-iskusstven-nogo-intellekta-izmenyayut-podhody-k-segmen-tatsii-i-uderzhaniyu.

10. Российская Федерация. Законы. О персональных данных : от 27.07.2006 № 152-ФЗ. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/.

Польза и вред искусственного интеллекта

Е. А. Важенина

Омский институт водного транспорта – филиал Сибирского государственного университета водного транспорта, г. Омск

Научный руководитель – канд. техн. наук, доцент И. О. Кузнецова

Искусственный интеллект сегодня – это не просто технология будущего, а уже неотъемлемая часть нашей повседневной жизни. Он помогает решать сложные задачи, ускоряет процессы и ускоряет процессы и открывает новые возможности, но вместе с этим проживает новые вызовы и риски. Разберемся, как баланс между пользой и вредом искусственного интеллекта влияет на общество – особенно в сферах IT и медицины, а также на жизнь обычных людей.

Одним из ключевых достоинств ИИ является его способность трансформировать производственные процессы, делая их автоматизированными и экономически более выгодными. Интеллектуальные системы и роботы эффективно справляются с повторяющимися задачами, превосходя человека в скорости и точности, что позволяет сотрудникам переключиться на инновационную деятельность и стратегическое планирование.

В сфере научных исследований ИИ выступает мощным катализатором, особенно в областях, требующих обработки колоссальных объемов информации.

Алгоритмы машинного обучения активно применяются для моделирования климата, исследования космического пространства и выявления скрытых закономерностей в генетических данных. Это позволяет ученым сосредоточиться на интерпретации полученных результатов, делегируя трудоемкие вычисления и обработку данных интеллектуальным системам [1].

Развитие образовательных платформ на основе ИИ открывает возможности для индивидуализированного подхода к обучению. Умные системы адаптивного образования оценивают уровень подготовки ученика и предлагают подходящий материал для усвоения. Это способствует повышению успеваемости учащихся и расширению возможностей получения качественного образования независимо от места проживания [2].

В информационных технологиях искусственный интеллект стал настоящим катализатором прогресса. Разработчики используют нейросети для автоматического поиска и исправления ошибок в коде, благодаря этому приложения выходят на рынок быстрее и работают сильнее. Дизайнеры теперь могут мгновенно генерировать прототипы интерфейсов по текстовым запросам, а серверы работают стабильнее благодаря ИИ-оптимизации нагрузки. В кибербезопасности ИИ незаменим: он моментально выявляет и блокирует угрозы, такие как фишинг или подозрительные банковские операции, действуя намного быстрее человека. Для обычного пользователя это означает более надежные и удобные сервисы [3].

Современные медицинские работники получают в свое распоряжение мощный инструмент в виде искусственного интеллекта (ИИ), который значительно расширяет их возможности. ИИ делает медицинскую помощь более точной, оперативной и доступной. КТ, МРТ и маммографию, выявляя патологии, от опухолей до микро-

скопических трещин, на самых ранних этапах. Алгоритмы ИИ выделяют подозрительные участки на изображениях, экономя врачам время, которое ранее уходило на детальный просмотр большого количества кадров. Эта функция особенно важна для пациентов из отдаленных регионов, где доступ к специализированной медицинской помощи может быть затруднен [4].

В лабораторной диагностике ИИ ускоряет обработку результатов.

Виртуальные собеседники и рекомендательные ленты всё чаще заменяют живое общение, что особенно негативно сказывается на детях и пожилых людях. Постоянное взаимодействие с рекомендательными системами ослабляет нашу способность к концентрации и критическому мышлению, формируя зависимость от мгновенных цифровых стимулов.

Серьезной проблемой является отсутствие прозрачности в работе алгоритмов, принимающих решения. Методы глубокого обучения, широко применяемые сегодня, функционируют как непроницаемые «черные ящики», не позволяя нам увидеть их внутреннюю логику. Эта неспособность понять и контролировать механизмы работы ИИ создает реальную угрозу его непредсказуемого и потенциально опасного поведения [5].

Надвигающаяся волна внедрения искусственного интеллекта грозит перекроить карту рынка труда. Множество профессий могут уйти в прошлое, уступив дорогу умным машинам. Особенно уязвимы окажутся те, чья работа не требует глубоких знаний и легко поддается цифровой трансформации. Без надежных социальных «подушек безопасности» этот процесс может обернуться ростом армии безработных и углублением пропасти между богатыми и бедными. Еще одна тревожная тенденция – это возрастающая зависимость экономики от могущественных технологических гигантов, которые держат в своих руках ключи к развитию ИИ. Такая концентрация силы и ресурсов в руках немногих может задушить здоровую конкуренцию и привести к диктату одной компании на рынке.

ИИ представляет собой мощную технологию, которая уже сейчас способствует повышению качества жизни, ускоряя получение знаний и медицинских услуг, а также обеспечивая экономию времени и рост безопасности. Тем не менее для его ответственного развития крайне важны четкие регуляторные рамки, охватывающие как защиту личных данных, так и прозрачность функционирования алгоритмов.

Библиографический список

1. Кузнецова, И. О. Предпосылки появления искусственного интеллекта / И. О. Кузнецова, Г. А. Нестеренко, И. С. Нестеренко // Международный научно-исследовательский журнал. – 2024. – № 8 (146). – DOI: 10.60797/IRJ.2024.146.36.

2. Кузнецова, И. О. Необходимость внедрения информационно-коммуникационных технологий в работу государственных служб / И. О. Кузнецова // Евразийская интеграция: современные тренды и перспективные направления. – 2023. – № 6. – С. 83–87.

3. Аксентов, В. А. Искусственный интеллект в повседневной жизни: развитие и перспективы / В. А. Аксентов // Вестник науки. – 2023. – Т. 3, № 8 (65). – С. 80–82.

4. Кузнецова, И. О. Применение IT-технологий в здравоохранении – для сбора анамнеза, диагностики и учета пациентов / И. О. Кузнецова, Ю. В. Шляпина, С. Л. Шабоха // Повышение качества жизни и обеспечение конкурентоспособности экономики на основе инновационных и научно-технических разработок : сборник статей VII Международной научно-технической конференции «Минские научные чтения – 2024», Минск, 3-5 декабря 2024 г.: в 3 томах. Том 2. – Минск : БГТУ, 2024. – С. 150–152.

5. Щука, И. О. Перспективы, достоинства и недостатки электронной подписи / И. О. Щука, И. С. Нестеренко, Г. А. Нестеренко // Международный научно-исследовательский журнал. – 2023. – №2 (128). – DOI: 10.23670/IRJ.2023.128.7.

Цифровая трансформация государственного управления: внедрение дашбордов для оперативного мониторинга социально-экономического развития территорий

А. Н. Вунш
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – д-р полит. наук, профессор О. В. Волох

Современный этап развития государственного управления характеризуется сменой технологической парадигмы: от простой информатизации отдельных функций к комплексной цифровой трансформации, охватывающей все уровни власти. Как отмечается в научной литературе, цифровая трансформация представляет собой

не просто внедрение информационных технологий, а использование культуры, практик, процессов и технологий эпохи интернета для эффективного удовлетворения ожиданий граждан [1, 2, 3]. В России этот процесс реализуется в рамках национальной программы «Цифровая экономика» и предполагает переход к модели «государства как платформы» – интегрированной системы цифровых сервисов, повышающей качество государственного управления.

Особую значимость в новых условиях приобретает задача оперативного мониторинга социально-экономического развития территорий. Традиционные подходы к сбору и анализу ведомственной статистики сталкиваются с фундаментальными проблемами: фрагментацией данных, отсутствием механизмов динамического отслеживания показателей, ориентацией на формальную отчетность вместо реальных социально-экономических результатов. Эти ограничения препятствуют своевременному принятию научно обоснованных управленческих решений и снижают эффективность государственных инициатив. Ответом на данные вызовы становится внедрение интерактивных дашбордов (информационных панелей) – инструментов визуализации, агрегирующих данные из различных источников в едином интерфейсе и представляющих их в форме, доступной для оперативного анализа.

Цифровая трансформация государственного управления прошла несколько этапов развития. Первоначальная концепция электронного правительства фокусировалась на переводе государственных услуг в онлайн-формат и создании ведомственных информационных систем. Следующий этап – цифровое правительство – ознаменовался интеграцией этих систем и переходом к клиентоцентричному подходу. Наконец, современная модель «государства как платформы» предполагает создание единой цифровой экосистемы, где данные свободно перемещаются между ведомствами, а услуги предоставляются проактивно, на основе анализа потребностей граждан. В научной литературе выделяют пять уровней цифровой зрелости государственного управления: от базовой информатизации до полноценного «умного правительства», характеризующегося использованием технологий искусственного интеллекта, предиктивной аналитики и автоматизированного принятия решений. Принципиальное отличие нового этапа состоит в том, что цифровые технологии перестают быть просто инструментом об-

служивания существующих процессов, но начинают трансформировать сами эти процессы, делая их более гибкими, прозрачными и ориентированными на результат.

Ключевым элементом цифровой трансформации становится переход к управлению на основе данных. В отличие от традиционного подхода, где решения принимаются на основе ограниченной ведомственной статистики или экспертных оценок, управление на основе данных предполагает постоянный мониторинг широкого круга показателей в режиме, приближенном к реальному времени. Это требует создания национальной системы управления данными, обеспечивающей сбор, обработку и интеграцию информации из различных источников. Важную роль в этом процессе играет политика открытых данных. Как показывает европейский опыт, публикация государственных данных в машиночитаемых форматах не только повышает прозрачность власти, но и создает основу для разработки новых сервисов и аналитических инструментов. Открытые данные позволяют гражданам, бизнесу и научному сообществу участвовать в мониторинге социально-экономических процессов, что усиливает общественный контроль и повышает качество управленческих решений.

Дашборд представляет собой графический интерфейс, отображающий ключевые показатели эффективности и метрики в наглядной и интерактивной форме. В контексте государственного управления дашборды выполняют несколько важных функций: интеграция данных из различных ведомственных систем в едином интерфейсе; визуализация сложных количественных данных в форме графиков, диаграмм и карт, доступных для восприятия без специальной подготовки; мониторинг в реальном времени с возможностью оперативного реагирования на отклонения; прогнозная аналитика с использованием математических моделей для предсказания будущих значений показателей и выявления потенциальных рисков; обеспечение прозрачности путем предоставления гражданам информации о результатах деятельности органов власти.

Анализ практики внедрения позволяет выделить несколько типов дашбордов в зависимости от целевой аудитории и решаемых задач. Операционные дашборды предназначены для сотрудников органов власти и ориентированы на контроль текущей деятельности. Они отображают показатели выполнения государственных за-

даний, сроки оказания услуг, бюджетные расходы и требуют обновления в режиме реального времени. Стратегические дашборды используются руководством для отслеживания долгосрочных целей и программ. Они агрегируют данные на региональном или национальном уровне и позволяют оценивать прогресс в достижении ключевых показателей эффективности. Публичные дашборды ориентированы на граждан и институты гражданского общества. Их главная задача — обеспечение прозрачности и подотчетности власти. Такие дашборды обычно имеют упрощенный интерфейс и сопровождаются пояснительными материалами. Примером эффективного публичного дашборда служит ирландская инициатива «Where your money goes», визуализирующая распределение государственного бюджета по ведомствам в динамике за 30 лет, что позволяет гражданам отслеживать изменение приоритетов государственной политики.

Международный опыт демонстрирует широкий спектр применений дашбордов в государственном управлении. Эстония, считающаяся одним из мировых лидеров цифровой трансформации, создала платформу X-Road – децентрализованную систему обмена данными, объединяющую все государственные информационные системы. Показательный пример – интерактивный дашборд для сельских территорий, созданный Министерством регионального развития и сельского хозяйства Эстонии. Платформа агрегирует данные из Статистического управления, Регистра цен на недвижимость, Кассы по безработице и других открытых источников, предоставляя информацию о демографии, занятости, доходах и развитии предпринимательства в разрезе муниципалитетов. Инструмент используется как для оценки воздействия политик на сельские территории, так и для подготовки визитов высоких должностных лиц.

Сингапурская стратегия «Smart Nation» делает ставку на централизованное управление данными и предоставление проактивных услуг. В стране создана комплексная система мониторинга городской среды, объединяющая данные сенсоров, камер видеонаблюдения, общественного транспорта и государственных служб. Дашборды позволяют в реальном времени отслеживать загруженность дорог, качество воздуха, заполняемость жилых комплексов и другие параметры городской жизни. Важной особенностью сингапурского подхода является интеграция аналитических инструмен-

тов в процесс стратегического планирования: дашборды используются не только для контроля, но и для моделирования последствий различных управленческих решений, что позволяет выбирать оптимальные сценарии развития территорий.

Нидерландский «Барометр жизнеспособности» представляет собой национальную систему мониторинга качества жизни в городах и поселках. Дашборд объединяет данные по четырем ключевым измерениям: физическая среда, безопасность и комфорт, социальная сплоченность, доступность услуг и качество жилья. Анализ данных за период 2014–2022 годов показал, что, хотя общая жизнеспособность улучшилась для 93,9 % голландцев, по отдельным измерениям наблюдалась разнонаправленная динамика. Например, по направлению социальной сплоченности у 72,6 % граждан зафиксировано снижение показателей, что позволило органам власти скорректировать социальную политику и сфокусироваться на поддержке соседских сообществ. Этот пример демонстрирует, как дашборды помогают выявлять неочевидные тренды и своевременно корректировать государственную политику.

В Казахстане разработана концептуальная цифровая модель мониторинга национальных программ, интегрирующая данные из различных государственных информационных систем, включая egov.kz, Smart Bridge и портал открытых данных. Архитектура модели включает три уровня: сбор данных из первичных источников, обработка и хранение, визуализация и аналитика. Ключевая особенность казахстанской модели – внедрение трехуровневой системы оценки эффективности: физическая реализация (выполнение запланированных мероприятий), финансовое исполнение (освоение бюджетных средств) и социально-экономический эффект (реальные изменения в жизни целевых групп). Такой подход позволяет преодолеть распространенный недостаток традиционного мониторинга – фокус на «освоении средств» в ущерб оценке реальных социальных результатов.

На муниципальном уровне показателен пример Сиэтла, где запущен проект Performance Seattle – централизованный дашборд для отслеживания прогресса по семи приоритетным направлениям: базовые городские услуги, безопасность и здоровье сообществ, доступность жилья и качество жизни, решение проблем бездомности, капитальные проекты, экология и климат, будущее работы.

Для каждого направления установлены конкретные целевые показатели. Дашборд не только позволяет гражданам отслеживать выполнение этих обязательств, но и способствует разрушению ведомственных «силосов» – изолированных хранилищ данных, которые ранее препятствовали комплексному анализу городской ситуации.

Филиппинский портал Community-Based Monitoring System демонстрирует потенциал дашбордов для мониторинга на уровне местных сообществ. Платформа предоставляет доступ к детализированной статистике по муниципалитетам и баррангаям, включая данные о бедности, доступе к услугам и локализованных Целях устойчивого развития. Особый интерес представляет модуль, позволяющий пользователям создавать собственные дашборды на основе официальных данных. Это не только повышает доступность информации, но и стимулирует ее использование для исследований, образовательных проектов и локальных инициатив.

Создание эффективной системы дашбордов требует решения сложных задач интеграции данных из разнородных источников. Ключевыми элементами архитектуры выступают: слой сбора данных – интерфейсы для подключения к ведомственным системам, порталам открытых данных, сенсорным сетям; слой обработки и хранения – инструменты очистки, валидации и трансформации данных; слой визуализации и аналитики – платформы для построения дашбордов и проведения анализа. Важным технологическим требованием является автоматизация обновления данных: при правильной настройке дашборд не требует ручного обновления – новые данные автоматически подгружаются из источников по мере их появления. На практике используются как коммерческие платформы (Microsoft Power BI, Tableau), так и решения с открытым кодом. Выбор платформы определяется масштабом системы, требованиями к безопасности и доступными компетенциями. В российском контексте актуальным направлением является развитие отечественных платформенных решений, соответствующих требованиям импортозамещения и информационной безопасности.

Современные дашборды выходят за рамки простой визуализации исторических данных и включают инструменты прогнозной аналитики. Машинное обучение позволяет строить модели, предсказывающие вероятное развитие ситуации при сохранении текущих трендов, что дает возможность заблаговременно выявлять

риски и принимать превентивные меры. В казахстанской модели реализованы механизмы автоматического прогнозирования на основе линейной регрессии и анализа временных рядов. При превышении пороговых значений система генерирует уведомления ответственным лицам, что обеспечивает переход от реактивного к проактивному управлению.

Успех цифровой трансформации определяется не только технологическими инновациями, но и институциональными изменениями. К числу основных барьеров относятся нормативно-правовые ограничения, несоответствие законодательства темпам технологического развития, отсутствие правового статуса для новых форматов данных. Межведомственная разобщенность проявляется в том, что ведомственные информационные системы часто строятся на разных платформах и используют несовместимые форматы данных, что затрудняет интеграцию. Бюрократическая культура, ориентированная на формальные отчеты и «бумажный» документооборот, препятствует переходу к управлению на основе данных. Дефицит цифровых компетенций у государственных служащих признается одним из ключевых вызовов цифровой трансформации. Работа с дашбордами требует не только технических навыков, но и аналитического мышления, позволяющего формулировать содержательные выводы на основе данных. Как показывает опыт Филиппин, решение этой проблемы требует создания систем непрерывного обучения.

Консолидация данных в единых дашбордах создает новые риски, связанные с утечкой персональных данных и несанкционированным доступом. Цифровая трансформация несет не только преимущества, но и риски: увеличение цифрового неравенства, исчезновение приватности, цифровой контроль, этические проблемы. Решение этих проблем требует внедрения многоуровневых систем защиты данных, разграничения прав доступа и анонимизации персональной информации при публичном доступе. Эффективным подходом является хранение персональных данных в исходных ведомственных системах с предоставлением дашбордам только агрегированных и обезличенных показателей.

Существует также опасность, что дашборды могут создавать иллюзию объективности и полноты информации, тогда как реальность всегда сложнее любых количественных показателей. Исполь-

зование искусственного интеллекта в государственном управлении сталкивается со сложной динамикой противодействия алгоритмической формализации. Важно понимать, что дашборды — это инструмент поддержки принятия решений, а не замена экспертизе и человеческому суждению. Количественные показатели должны дополняться качественным анализом, учитывающим контекст и локальную специфику.

Российская Федерация обладает значительным потенциалом для внедрения дашбордов в практику государственного управления. Создана инфраструктура электронного правительства, включая систему межведомственного взаимодействия, портал госуслуг и национальную систему управления данными. В рамках национальной программы «Цифровая экономика» реализуются проекты по созданию отраслевых цифровых платформ и суперсервисов. Однако Россия сталкивается с проблемами интеграции унаследованных государственных информационных систем. Многие ведомственные базы данных создавались в разные годы на различных технологических платформах и используют несовместимые форматы, что затрудняет их объединение в единые дашборды. Перспективным направлением является разработка региональных дашбордов, адаптированных к специфике конкретных территорий. Как показывает эстонский опыт, инструменты мониторинга должны учитывать особенности сельских и городских территорий, промышленных регионов и депрессивных районов. Важную роль в этом процессе может сыграть развитие открытых данных и создание условий для их использования гражданскими активистами, исследователями и журналистами.

Внедрение дашбордов для оперативного мониторинга социально-экономического развития территорий представляет собой закономерный этап цифровой трансформации государственного управления. Интерактивные информационные панели позволяют преодолеть ограничения традиционных подходов к сбору и анализу данных – фрагментацию, запаздывание, ориентацию на формальные показатели. Они создают основу для перехода к управлению на основе данных, обеспечивая интеграцию информации из различных источников, визуализацию сложных зависимостей и возможность прогнозного моделирования. Международный опыт демонстрирует широкий спектр применений дашбордов – от мо-

ниторинга бюджетных расходов и качества жизни до контроля реализации национальных программ и развития сельских территорий. Успешные примеры показывают, что эффективность дашбордов определяется не только технологическими характеристиками, но и институциональными условиями – готовностью органов власти к открытости, наличием цифровых компетенций у сотрудников, развитой нормативно-правовой базой. Вместе с тем внедрение дашбордов сопряжено с серьезными вызовами: необходимостью преодоления межведомственной разобщенности, обеспечения информационной безопасности, подготовки кадров. Существует также риск упрощенного понимания дашбордов как инструмента, автоматически решающего проблемы управления. Важно осознавать, что дашборды – лишь инструмент, эффективность которого зависит от управленческой культуры и готовности принимать решения на основе данных, а не ведомственных интересов или политической конъюнктуры. Для России развитие систем мониторинга на основе дашбордов должно стать частью комплексной стратегии цифровой трансформации, включающей не только технологическую модернизацию, но и институциональные изменения, развитие кадрового потенциала и формирование культуры открытости и подотчетности.

Библиографический список

1. Цифровая трансформация: ожидания и реальность : докл. к XXIII Ясинской (Апрельской) междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 2022 г. / Г. И. Абдрахманова, С. А. Васильковский, К. О. Вишневский, М. А. Гершман, Л. М. Гохберг и др.; рук. авт. кол. П. Б. Рудник; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2022. – 221 с.

2. Цифровая трансформация в сервисно-эксплуатационной сфере: учебник / В. Н. Пряхин, М. А. Карапетян, С. С. Гусев / ФГБОУ ВО РГАУ–МСХА имени К. А. Тимирязева; Государственный университет «Дубна». – М. : Мегаполис, 2024 – 130 с.

3. Рязанцева, М. В. Цифровая трансформация государственного управления / М. В. Рязанцева // Экономика, предпринимательство и право. – 2024. – Т. 14, № 11. – С. 6951–6962. – DOI 10.18334/epp.14.11.122116. – EDN IUNYHC.

Применение и разработка иммерсивных технологий на уроках информатики

А. В. Катесова
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – канд. пед. наук, профессор О. Н. Лучко

Инновационные цифровые инструменты играют важную роль в визуализации сложных процессов и абстрактных явлений. «Впервые термин «визуализация информации» был предложен в работе, чтобы описать представление абстрактной информации средствами визуального интерфейса» [1]. Внедрение подобных методов на уроках информатики способствуют значительному расширению традиционных методов

В сфере образовательных технологий иммерсивные решения, являются перспективным направлением обучения. «Иммерсивные технологии обучения – это совокупность программно-технических средств, способствующих погружению обучающегося в искусственно созданную среду – виртуальную реальность» [2]. Основной целью иммерсивных технологий выступает погружение в виртуальную, дополненную и смешанную реальность. Таким образом, они позволяют создавать образовательную среду с эффектом присутствия, в которой обучающиеся могут активно взаимодействовать с цифровыми объектами и моделями. Кроме этого, модель обязана четко демонстрировать методику изучения объекта.

Основные виды иммерсивных технологии связывают с VR, AR и 3D-симуляцию. «Виртуальная реальность (VR) – это искусственно создаваемая информационная среда, которая фокусируется на замене привычного восприятия окружающей среды информацией, создаваемой на основе различных технических средств» [3]. Для эффективного функционирования с виртуальной реальностью требуется полноценный комплекс таких аппаратных средств, как VR-гарнитура, контроллеры, вычислительный блок и система трекинга. Данное оборудование формирует полноценную иммерсивную среду, пригодную для образовательных приложений, таких как изучение информатики или моделирование. Например, с помощью VR-шлемов человек может перемещаться, взаимодействовать с объектами и наблюдать различные процессы находясь в трехмерном пространстве.

Дополненная реальность (AR) характеризуется тем, что в отличии от полного погружения, как это происходит в виртуальной реальности, она не заменяет реальный мир, а дополняет его цифровыми элементами. Второе отличие благодаря тому, что ее функционал часто доступен на стандартных мобильных устройствах, AR предъявляет более низкие требования к аппаратному обеспечению.

Данная технология реализуется двумя основными способами: маркерным и безмаркерным. Маркерный способ подразумевает, что камера устройства распознаёт заранее определённый визуальный маркер, после чего программное обеспечение накладывает на него виртуальные объекты или цифровой контент. Безмаркерный подход, в свою очередь, базируется на методе Simultaneous Localization and Mapping (SLAM), который позволяет устройству одновременно определять своё местоположение в пространстве и строить карту окружающей среды.

Концепция 3D-симуляций заключается в реализации вычислительных моделей, отображающих объекты и процессы в трехмерном контексте. Для внедрения в учебный процесс требуется такое оснащение, как компьютер или ноутбук, а также специализированное программное обеспечение. Вследствие этого, пользователь через экран своего компьютера получает возможность активно влиять на эту модель, настраивая ее характеристики и наблюдая за ней. В связи с тем, что 3D-симуляции требуется минимальный набор оборудования, важным аспектом является бюджетность и минимум затрат на внедрение подобного метода, что делает ее более доступной для учебного процесса.

Ключевые преимущества реализации иммерсивных технологий в обучении информатике включают в себя визуализацию, интерактивность, повышение мотивации обучающихся. Абстрактный характер алгоритмов программирования затруднительно воспринимаются в текстовом формате в то время, как иммерсивность открывает возможность взаимодействовать с интерактивными трехмерными моделями. Например, игровые симуляторы программирования создают виртуальную среду через выполнение игровых заданий и взаимодействие с 3д объектами виртуального мира.

На протяжении длительного времени игра рассматривалась как ключевой элемент дошкольного и начального образования. Считалось, что именно через игру дети успешно вовлекаются в познавательный процесс и приобретают базовые учебные навыки, такие как

способность концентрироваться, поддерживать интерес, эффективно переключать внимание и развивать абстрактное мышление. «Я. А. Коменский, Е. А. Покровский, И. А. Сикорский, К. Д. Ушинский, Ф. Фребель подчеркивали, что именно в игре ребенок получает уникальную возможность развиваться, проявлять собственную активность и творчество, раскрывать свой творческий потенциал» [4].

Использование таких игр, как Colobot, Factorio, PC Building Simulator, Hacknet или Human Resource Machine, делает доступным новым возможности для преподавания информатике. Данные интерактивные платформы предоставляют возможность для симуляции разнообразных аспектов, охватывающих разработку программного обеспечения, построение алгоритмов, развитие логических способностей и понимание архитектуры компьютерных систем.

Целью данной работы является создание концепции реализации виртуальной лаборатории, позволяющей изучить основные компоненты персонального компьютера в интерактивной форме.

В качестве среды проекта послужила платформа Unity, которая позволяет создавать интерактивные 3D-приложения с использованием языка программирования C#. Виртуальная сцена представляет собой упрощенную комнату с размещенным в ней персональным компьютером. Основные элементы системы включают: монитор, клавиатуру, системный блок. Для упрощения разработки использовались базовые геометрические объекты, доступные в Unity.

Интерактивность обеспечена системой обработки действий пользователя. При нажатии на объект срабатывает событие, которое вызывает отображение текстовой информации, раскрывающий их функции: монитор – вывод, клавиатура – ввод, системный блок – вычисления. Отображение реализовано через UI, встроенный в Unity.

Заключение. Таким образом, для освоения информатики иммерсивные технологии открывают новые горизонты. Интерактивные модели и симуляции не просто помогают запомнить, но и по-настоящему понять материал, а также развить ценные практические навыки.

В ходе работы были рассмотрены основные виды иммерсивных технологий и игровые образовательные среды, такие как Colobot, Factorio, PC Building Simulator, Hacknet и Human Resource Machine. Трехмерные симуляции дают возможность моделировать различные процессы и системы без необходимости использования сложного и дорогостоящего оборудования.

В ходе выполнения работы были освоены базовые навыки разработки трёхмерных приложений в среде Unity, а также принципы создания пользовательского интерфейса и обработки взаимодействия с объектами. Разработанное приложение способствует повышению наглядности учебного материала и может быть расширено за счет добавления новых элементов и функций, таких как анимация, звуковое сопровождение и более детализированные модели.

Библиографический список

1. Пескова, О. В. О визуализации информации / О. В. Пескова // Инженерный журнал: наука и инновации. – 2012. – № 1 (1). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/o-vizualizatsii-informatsii.

2. Азевич, А. И. Иммерсивные технологии как средство визуализации учебной информации / А. И. Азевич // Вестник МГПУ. Серия: Информатика и информатизация образования. – 2020. – № 2 (52). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/immersivnye-tehnologii-kak-sredstvo-vizualizatsii-uchebnoy-informatsii.

3. Тахиров, Б. Н. Понятие виртуальной реальности / Б. Н. Тахиров // Наука, образование и культура. – 2020. – № 8 (52). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-virtualnoy-realnosti.

4. Патрушева, И. В. Психология и педагогика игры : учебник для вузов / И. В. Патрушева. – М. : Издательство Юрайт, 2025. – 125 с. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: https://urait.ru/bcode/ 563053/p.44.

Искусственный интеллект в персонализации маркетинговых коммуникаций: инструменты и эффективность

А. В. Катесова
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент С. М. Ильченко

Маркетинговые коммуникации представляют собой целенаправленный процесс информирования целевой аудитории о компании, ее бренде, продуктах или услугах посредством разнообразных каналов и инструментов. «На сегодняшний день маркетинго-

вые коммуникации представляют собой компонент комплекса маркетинга, который состоит из совокупности технологий продвижения, воздействия, стимулирования, восприятия на конечного потребителя» [1]. Таким образом, эффективность маркетинговой деятельности во многом определяется корректным выбором и применением соответствующих инструментов.

В настоящее время, для эффективного продвижения товаров, услуг и т. д., недостаточно использования традиционных методов. В условиях появления новых технологий одним из ключевых инструментов современного маркетинга является искусственный интеллект. Его применение в сочетании с персонализированным подходом и нейросетевыми технологиями позволяет осуществлять более точный анализ данных и таргетирование аудитории.

Искусственный интеллект является широким понятием. Согласно указу Президента РФ от 10.10.2019 № 490 (ред. от 15.02.2024) «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации», используется следующее основное понятие: «искусственный интеллект – комплекс технологических решений, позволяющий имитировать когнитивные функции человека и получать при выполнении конкретных задач результаты, сопоставимые с результатами интеллектуальной деятельности человека или превосходящие их» [2]. Наиболее заметное влияние ИИ оказывает на программы продвижения. Главным направлением их трансформации становится персонализация контента, каналов и форм взаимодействия с потребителями. Такой подход позволяет повысить релевантность коммуникаций и снизить уровень негативного восприятия маркетингового воздействия.

В связи с тем, что нейронные модели позволяют выявлять скрытые закономерности в больших массивах данных, это существенно повышает качество прогнозов и снижает неопределённость при принятии маркетинговых решений. Особую роль играет углублённый поведенческий анализ. Например, Современные ИИ-системы учитывают не только явные действия пользователя, но и менее очевидные поведенческие сигналы, а также повышают показатель CTR за счёт более точного подбора рекламных сообщений и рекомендаций. «CTR (click-through rate) – отношение числа кликов на рекламу к числу ее показов» [3]. К ним относятся время задержки на конкретных элементах страницы, глубина прокрутки, частота

возврата к определённым разделам, взаимодействие с изображениями, а также характер навигации по странице.

Персонализация маркетинговых коммуникаций предполагает использование инструментов и методов, позволяющих адаптировать взаимодействие с клиентом под его индивидуальные потребности, интересы и поведение. На разных этапах вовлеченности потребителя применяются различные средства персонализированного воздействия: от формирования осведомленности о продукте до удержания и повышения лояльности клиента. В таблице представлены основные инструменты персонализированных маркетинговых коммуникаций, сгруппированные по этапам вовлеченности покупателя.

Инструменты персонализированных маркетинговых коммуникаций

Этап вовлеченности	Инструменты персонализированных маркетинговых коммуникаций
Осведомленность	Интернет-рассылка Различные виды интернет-рекламы Реклама в поисковых системах; ссылки и т. п. Личные продажи, презентации Телемаркетинг
Вовлеченность покупателей	Интерактивные сайты Предпродажные онлайн консультации Курсы и семинары по обучению покупателей Постоянно действующие презентации и шоу-румы Специальная литература Промышленный туризм и другие инструменты маркетинга впечатлений
Покупка	Интерактивные сайты с возможностями персонализации продуктов Онлайн заказ товаров Продажные консультации
Удержание	Система оповещения клиента о степени обработки заказа Послепродажные консультации Рассылка новостей, рекламы, персональных предложений Наличие персональных программ лояльности

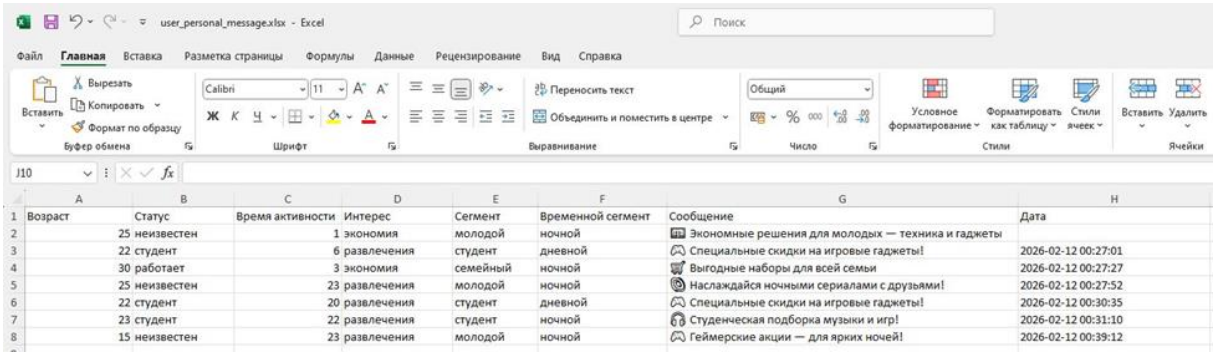
Существенным результатом развития персональных коммуникаций является укрепление взаимоотношений между компанией и потребителями. Искусственный интеллект в свою очередь, оказы-

вает глубокое воздействие на результативность и эффективность диалога. В связи с тем, что персонализированные сообщения позволяют привлечь внимание аудитории и повысить ценность коммуникации для конкретного пользователя.

Таким образом, дальнейшее развитие персонализированных маркетинговых коммуникаций становится невозможным без применения интеллектуальных технологий. Искусственный интеллект обеспечивает переход от фрагментарного учета предпочтений потребителей к комплексному анализу их поведения и контекста взаимодействия, что принципиально меняет подходы к построению маркетинговых коммуникаций.

Для решения поставленной задачи персонализации маркетинговых сообщений была применена упрощённая модель на языке Python, с библиотеками pandas, scikit-learn и Gradio, демонстрирующая принцип работы системы. Гибкость архитектуры таких сетей делает их мощным инструментом для решения комплексных задач анализа изображений и идентификации объектов.

Процесс персонализации начинается с сбора информации о пользователе. Входные данные модели появляются на основе таких параметров, как: возраст пользователя – числовая переменная, позволяющая определить социальный сегмент: студент, молодой, семейный, взрослый или пожилой; время активности – числовой параметр (0–23), определяющий дневной или ночной сегмент; интересы пользователя – категориальная переменная с двумя возможными значениями: «развлечения» и «экономия».



	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Возраст	Статус	Время активности	Интерес	Сегмент	Временной сегмент	Сообщение	Дата
2	25	неизвестен	1	экономия	молодой	ночной	Экономные решения для молодых — техника и гаджеты	
3	22	студент	6	развлечения	студент	дневной	Специальные скидки на игровые гаджеты!	2026-02-12 00:27:01
4	30	работает	3	экономия	семейный	ночной	Выгодные наборы для всей семьи	2026-02-12 00:27:27
5	25	неизвестен	23	развлечения	молодой	ночной	Наслаждайся ночными сериалами с друзьями!	2026-02-12 00:27:52
6	22	студент	20	развлечения	студент	дневной	Специальные скидки на игровые гаджеты!	2026-02-12 00:30:35
7	23	студент	22	развлечения	студент	ночной	Студенческая подборка музыки и игр!	2026-02-12 00:31:10
8	15	неизвестен	23	развлечения	молодой	ночной	Геймерские акции — для ярких ночей!	2026-02-12 00:39:12

Статистика персонализации

После обучения модель способна прогнозировать тип сообщения для нового пользователя, исходя из введённых параметров.

Ввод данных происходит через веб-форму, реализованную на платформе Gradio, что позволяет обеспечить удобное и интуитивно понятное взаимодействие.

Проведённый анализ показал, что большинство прогнозов соответствуют логике сегментации пользователя: студенты и молодые пользователи преимущественно получают сообщения развлекательной направленности, тогда как семейные и взрослые пользователи чаще получают экономически ориентированные предложения. Для пожилых пользователей система подбирает сообщения, учитывающие комфорт, отдых и уют, что соответствует их социально-психологическим характеристикам.

Таким образом, выполненное исследование подтвердило практическую значимость интеграции искусственного интеллекта в персонализированные маркетинговые коммуникации. Работа демонстрирует возможность создания эффективной системы, способной адаптироваться под поведение пользователей и формировать индивидуальный опыт взаимодействия. Полученные результаты формируют основу для дальнейшего совершенствования интеллектуальных инструментов маркетинга, расширения функционала системы и повышения её аналитической и операционной эффективности.

Библиографический список

1. Гринченко, К. В. Инструментарий маркетинговых коммуникаций в формировании комплексных форм продвижения ИМК / К. В. Гринченко // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2013. – № 19. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/instrumentariy-marketingovyh-kommunikatsiy-v-formirovanii-kompleksnyh-form-prodvizheniya-imk.

2. Указ Президента РФ от 10.10.2019 № 490 (ред. от 15.02.2024) «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» // Президент России [Официальный сайт]. – URL: http://www.kremlin.ru/acts/bank/44731?ysclid=mt9wvlp0xg74371475.

3. Баженов, В. С. Методы оценки эффективности использования технологий интернет-коммуникаций / В. С. Баженов // Прогрессивная экономика. – 2024. – № 9. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/metody-otsenki-effektivnosti-ispolzovaniya-tehnologiy-internet-kommunikatsiy.

Как социальные сети формируют восприятие реальности

А. В. Келлер
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – канд. пед. наук, доцент Т. Н. Романова

Социальные платформы прочно вошли в быт миллиона людей, обеспечивая доступ к информации, возможность высказывать свое мнение, выражать личность и держать руку на пульсе событий. Однако избыточное погружение в цифровую среду оказывает заметное воздействие на формирование мировоззрения.

Автоматизированные алгоритмы, подстраивающиеся под интересы пользователя, формируют «информационный пузырь», искаженно влияющий на восприятие реальности. Результат – мы склонны сравнивать свою жизнь с образом жизни других, основываясь на их успехах и поражениях, отображаемых в соц. сетях, что провоцирует снижение самооценки, тревожность и другие психологические трудности.

Однако у этого явления есть и обратная сторона. При грамотном подходе соцсети способны служить средством поддержания контактов с родными, находить единомышленников, получать помощь в стрессовых ситуациях. Для многих они становятся простором для самореализации – художники, поэты, музыканты и фотографы делятся своими работами, раскрывая творческий потенциал.

Цель исследования – выявить способы и эффекты трансформации индивидуального и коллективного видения мира под влиянием социальных сетей.

Задачи: исследовать влияние идеализированного контента и визуальных фильтров на самоощущение и уровень удовлетворенности жизнью, а также разработать практические советы по формированию медиа грамотности и сохранению адекватного отношения к действительности.

Социальные сети могут влиять на наше восприятие реальности следующим образом:

• Формирование идеального образа жизни. Пользователи социальных сетей зачастую выставляют только «идеальную картин-

ку», что приводим к сравнению и порождает чувство неудовлетворенности собственной жизнью.

• Иллюзия виртуальной близости. Общение в социальных сетях чаще всего строиться на обмене поверхностной информации: фотографии, видео и короткие сообщения. Это мешает выстраивать глубокие значимые связи.

• Искажение восприятия успеха. В социальных сетях успех кажется безупречным и не требующим усилий, создавая иллюзию совершенства, которая не отражает реальность. Это приводит к несправедливым сравнениям и чувству неполноценности.

Чтобы поддерживать здоровые отношения с социальными сетями, важно развивать самосознание, критическое мышление и способность отличать подлинное от искусственного.

Позитивные аспекты влияния:

• Расширение кругозора. Доступ к информации с разных уголков мира.

• Образование. Образовательный контент делает знания более доступными.

• Активизм. Социальные сети помогают привлекать внимание к важным социальным проблемам.

• Самовыражение. Платформы для творчества и самовыражения.

Способы минимизировать негативное влияние социальных сетей:

1. Осознанное потребление контента:

– ограничение времени в социальных сетях;

– отключение уведомлений.

2. Критическое мышление:

– проверка источников информации;

– анализ достоверности данных.

3. Баланс между онлайн-офлайн-жизнью:

– увеличение времени для реальных встреч;

– физическая активность;

– поиск увлечений/хобби, не связанных с социальными сетями.

4. Работа над самооценкой:

– фокусировка на собственных достижениях;

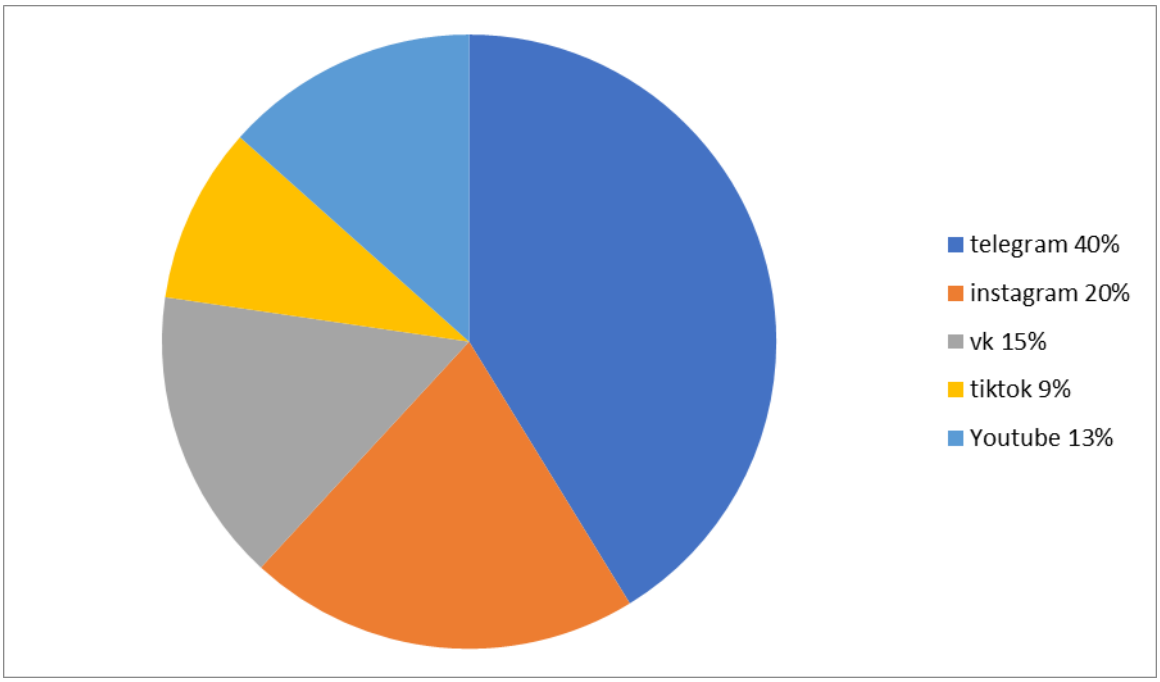
– развитие реалистичных ожиданий;

– практика благодарности.

5. Настройка алгоритмов:

– разнообразие подписок (люди с разными взглядами);

– сознательное взаимодействие с разным контентом.



Среди соцсетей по «времязатратности» лидирует Telegram – так считают 40 % опрошенных. За ним идут Instagram (ее владелец компания Meta признана в России экстремистской организацией и запрещена) (20 %), VK (15 %) и YouTube (13 %). Наименее «впечатляющим пожирателем времени» оказался TikTok – всего 9 % назвали его основным.

В заключение следует отметить, что несмотря на то что социальные сети, несомненно, произвели революцию в общении и обмене информацией, необходимо подходить к ним с осторожностью. Фильтры, методы ретуширования и «успешный» контент искажают наше восприятие реальности, приводя к нереалистичным стандартам и чувству неудовлетворенности собой и своей жизнью. Манипулирование информацией еще больше стирает грань между правдой и вымыслом, мешая нам принимать решения.

Чтобы поддерживать здоровые отношения с социальными сетями, крайне важно развивать самосознание, критическое мышление и способность отличать подлинное от искусственного, культивировать реалистичные ожидания. Только тогда мы сможем ориентироваться в огромном пространстве социальных сетей без ущерба для нашего психологического благополучия и восприятия реальности.

Библиографический список

1. Как соцсети влияют на психику человека, на мозг, зависимость от телефона, соцсетей: что делать, советы психолога. — Текст : электронный //

sport24.ru : [сайт]. — URL: https://sport24.ru/lifestyle/article-kak-sotsseti-vliyayut-na-psikhiku-cheloveka-na-mozg-zavisimost-ot-telefona-sotssetey-chto-delat-sovety-psikhologa (дата обращения: 10.03.2026).

2. Как соцсети меняют наше восприятие реальности. Текст : электронный // iccrna.kz : [сайт]. — URL: https://iccrna.kz/society/kak-soczseti-menyayut-nashe-vospriyatie-realnosti/ (дата обращения: 10.03.2026).

3. Global Social Networks Stats. – Текст : электронный // inclient.ru : [сайт]. – URL: https://inclient.ru/global-social-networks-stats/ (дата обращения: 17.03.2026).

4. Мартьянов, В. С. Цифровое общество и феномен «постправды»: новые вызовы для рациональности / В. С. Мартьянов // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. – 2023. – Вып. 2. – С. 201–212. – DOI: 10.17072/2078-7898/2023-2-201-212.

5. Коломиец, В. П. Медиатизация медиа : монография / В. П. Коломиец. – Москва : Издательство Московского университета, 2020. – 234 с.

6. Докука, С. В. Социальные медиа и субъективное благополучие: механизмы влияния и последствия / С. В. Докука // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2020. – № 1. – С. 138–154. – DOI: 10.14515/monitoring.2020.1.06.

Создание технологичных платформ для запуска и продвижения социальных бизнес-проектов

В. И. Ковалева

Омский институт водного транспорта – филиал Сибирского государственного университета водного транспорта, г. Омск

Научный руководитель – канд. техн. наук, доцент И. О. Кузнецова

В современных условиях глобальной цифровизации социальное предпринимательство становится динамично развивающимся сектором экономики. Однако запуск и масштабирование социальных бизнес-проектов сопряжены с рядом уникальных барьеров: от стигматизации определенных социальных тем до хронического отсутствия маркетинговых бюджетов. Решением данных проблем выступает создание специализированных технологичных платформ, которые объединяют в себе функции операционного управления, маркетингового продвижения и взаимодействия с донорами или инвесторами.

Социальный бизнес находится на стыке классического предпринимательства и благотворительности, что накладывает отпеча-

ток на его коммуникационную стратегию. Как отмечают исследователи, некоммерческим и социально ориентированным проектам крайне сложно привлекать интерес крупных рекламодателей и обеспечивать стабильное финансирование [1].

Для успешного развития социального стартапа необходимо одновременное сочетание трех векторов PR-взаимодействия:

– Привлечение целевой аудитории (благополучателей и клиентов).

– Работа со спонсорами и грантодателями для обеспечения финансовой устойчивости.

– Формирование безупречной репутации, так как доверие является ключевым активом в социальной сфере [1].

В условиях ограниченных ресурсов онлайн-продвижение становится доминирующим инструментом, позволяющим снизить издержки на контакт с аудиторией и кратно увеличить охват. Несмотря на то, что в России культура системной PR-поддержки социального сектора находится в стадии формирования, наблюдается устойчивый рост интереса к профессиональным коммуникациям в этой области.

Развитие технологических платформ неразрывно связано с экосистемой социальных сетей.

Современный инструментарий продвижения включает:

– E-commerce-сервисы («Магазин 2.0»): интеграция витрины товаров непосредственно в интерфейс платформы.

– Инфлюенс-маркетинг: работа с блогерами, чьи ценности совпадают с миссией социального проекта.

– Брендированный контент: создание сторителлинга, раскрывающего пользу проекта для общества [2].

– Особую роль начинают играть новые форматы контента: короткие видео, live-трансляции и технологии дополненной реальности (AR), которые позволяют визуализировать социальный эффект от деятельности предприятия, делая его «осязаемым» для потенциального инвестора.

Внедрение цифровых платформ в деятельность организаций социальной сферы радикально меняет структуру их бизнес-процессов. Грамотная цифровизация повышает доступность данных, прозрачность отчетности и, как следствие, привлекательность проекта для стейкхолдеров [3].

Однако процесс адаптации к технологиям не лишен рисков. Неправильная технологическая стратегия или игнорирование потребно-

стей персонала при внедрении ИТ-решений могут привести к утрате конкурентных преимуществ и оттоку лояльной аудитории [3]. Успех платформы напрямую зависит от того, насколько стабильно организация придерживается выбранного вектора цифрового развития и насколько гибко персонал адаптируется к новым инструментам.

Трансформация рынка социальных медиа после блокировки ряда зарубежных площадок вынудила российских предпринимателей переориентироваться на отечественные решения. Основным хабом для продвижения стал «ВКонтакте», предложивший широкий спектр инструментов: от конструкторов магазинов до сложных систем таргетированной рекламы и чат-ботов [4].

Для малого социального бизнеса отечественные платформы обладают рядом преимуществ: доступность технологий, локализация инструментов.

Несмотря на необходимость дополнительного обучения для освоения всех возможностей российских сервисов, их потенциал для масштабирования социальных инициатив оценивается как чрезвычайно высокий.

Для создания устойчивой платформы поддержки молодых предпринимателей необходимо понимать внутреннюю механику взаимодействия участников. Согласно методологическим принципам, цифровая платформа объединяет пять категорий пользователей: операторов, поставщиков, потребителей, сервисных поставщиков и регуляторов [5]. В социальном бизнесе эта цепочка дополняется волонтерами и экспертами-менторами.

Платформа функционирует как живой организм, соединяющий производителя ценности (социального предпринимателя) и ее потребителя.

Модуль PR и фандрайзинга. Этот модуль решает проблему отсутствия PR-стратегий и финансового капитала у социальных проектов.

Маркетинговый хаб. Данный компонент объединяет инструменты для работы с социальными сетями, позволяя мгновенно разворачивать рекламные кампании в российском сегменте Интернета.

Аналитическая панель. Главная проблема многих социальных проектов – сложность оценки реального результата деятельности. Этот модуль решает данную задачу путем автоматического расчета показателей социального возврата на инвестиции (SROI) и измерения общей эффективности бизнес-процессов.

Образовательный трек. Молодежные социальные предприниматели зачастую испытывают трудности с освоением сложных инструментов управления и маркетинга. Чтобы преодолеть этот барьер, платформа предлагает адаптивные обучающие курсы и вебинары, построенные на основании потребностей конкретного проекта.

Система менторства и консультирования. Ключевым элементом платформы станет модуль, позволяющий наладить связь между молодыми предпринимателями и опытными наставниками, экспертами в области социальных проектов и маркетинга.

Инструмент управления проектами. Это важная составляющая платформы, обеспечивающая удобную систему планирования, отслеживания прогресса и координации совместной работы команды.

Как это работает на практике?

Предположим, молодая команда решила запустить социальный проект, связанный с защитой окружающей среды. Команда регистрируется на платформе «SocialTech-Start», создает профиль проекта и получает пошаговые рекомендации по созданию пресс-релиза и запуску краудфандинговой кампании. Далее, используя интегрированный API «ВКонтакте», команда легко настраивает таргетированную рекламу и ведет продажу экотоваров через встроенную витрину «Магазин 2.0». Параллельно ребята проходят образовательный курс по управлению социальными проектами и учатся анализировать полученные данные с помощью панели аналитики, проверяя эффективность предпринятых действий.

Таким образом, создание и развитие технологичных платформ является безальтернативным путем для масштабирования социального бизнеса в России. Интеграция онлайн-продвижения, использование потенциала отечественных социальных сетей и внедрение научно обоснованных моделей управления цифровыми экосистемами позволяют преодолеть барьеры дефицита финансирования и низкой осведомленности общества. Технологические платформы не просто упрощают запуск проектов, они формируют новую экономическую реальность, где социальная значимость бизнеса подкрепляется цифровой эффективностью и устойчивым развитием.

Библиографический список

1. Салимгараева, А. Р. PR-Продвижение социальных проектов / А. Р. Салимгараева // Форум молодых ученых. – 2017. – № 12 (112). – С. 1631–1633.

2. Кузнецова И. О. Цифровизация – обязательное условие развития и процветания отраслей народного хозяйства и регионов в целом / И. О. Кузнецова, Ю. В. Шляпина // Экономика и управление: опыт и новые решения в эпоху трансформаций. – 2024. – № 1. – С. 167–170. DOI: 10.24412/cl-37098-2023-1-167-170.

3. Кузнецова, И. О. Предпосылки появления искусственного интеллекта / И. О. Кузнецова, Г. А. Нестеренко, И. С. Нестеренко // Международный научно-исследовательский журнал. – 2024. – № 8 (146). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/predposylki-poyavleniya-iskusstvennogo-intellekta.

4. Кузнецова, И. О. Защита информации при использовании информационно-коммуникационных технологий / И. О. Кузнецова, Г. А. Нестеренко, И. С. Нестеренко // Международный научно-исследовательский журнал. – 2025. – №3 (153). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/zaschita-informatsii-pri-ispolzovanii-informatsionno-kommunikatsionnyh-tehnologiy.

5. Аверина, Т. А. Методологические аспекты управления цифровыми платформами / Т. А. Аверина, Е. А. Авдеева, А. С. Жерноклеев // Вестник ЮУрГУ. Серия «Компьютерные технологии, управление, радиоэлектроника». – 2023. – № 1 (23). – С. 5–18.

Стратегии PR-продвижения ООО «МСА Advertising» с учетом специфики интернет-среды

Ш. Р. Комилова
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент О. В. Попова

Разработка эффективной стратегии PR-продвижения ООО «МСА Advertising» в интернет-среде требует учета специфики целевой аудитории, анализа конкурентной среды и адаптации коммуникационных инструментов к особенностям цифрового ландшафта Узбекистана. Сценарий стратегии PR-продвижения включает несколько взаимосвязанных этапов, направленных на достижение конкретных целей, таких как повышение узнаваемости бренда, укрепление репутации компании как эксперта в сфере интегрированных маркетинговых коммуникаций, генерация лидов и построение долгосрочных отношений с клиентами [1].

Этап 1: Аудит текущего состояния PR-коммуникаций. Данный этап предполагает проведение комплексного анализа текущего со-

стояния PR-коммуникаций ООО «MCA Advertising» в сети Интернет. Анализ включает в себя оценку веб-сайта компании с точки зрения SEO-оптимизации, удобства использования и контентного наполнения. Необходимо провести анализ присутствия компании в социальных сетях, оценивая количество подписчиков, уровень вовлеченности аудитории, частоту публикаций и тональность комментариев. Важным элементом аудита является анализ упоминаний о компании в онлайн-СМИ, блогах и форумах, а также оценка репутации компании в поисковых системах.

Результаты аудита позволят выявить сильные и слабые стороны текущей PR-деятельности, обозначить Areas, требующие улучшения, и определить ключевые возможности для развития.

Этап 2: Определение целевой аудитории и разработка Customer Personas. На данном этапе необходимо определить целевую аудиторию ООО «MCA Advertising» и разработать детальные Customer Personas, которые будут служить ориентиром при создании контента и выборе коммуникационных каналов. Customer Personas должны включать в себя демографические характеристики, психографические особенности, потребности, мотивы и болевые точки представителей целевой аудитории. Например, целевой аудиторией могут быть руководители маркетинговых отделов крупных компаний, владельцы малого и среднего бизнеса, а также представители государственных органов, ответственные за реализацию маркетинговых стратегий. Разработка Customer Personas позволит адаптировать коммуникационные сообщения к потребностям и интересам каждой группы целевой аудитории, повышая эффективность PR-кампаний [2].

Этап 3: Формулирование целей и задач PR-стратегии. На данном этапе необходимо сформулировать конкретные, измеримые, достижимые, релевантные и ограниченные во времени цели и задачи PR-стратегии. Цели могут включать в себя повышение узнаваемости бренда на определенный процент, увеличение трафика на сайт, генерацию определенного количества лидов, улучшение репутации компании в поисковых системах и социальных сетях. Задачи должны быть направлены на достижение целей и могут включать в себя разработку контент-плана, оптимизацию веб-сайта, создание и продвижение контента в социальных сетях, взаимодействие с онлайн-СМИ и блогерами.

Этап 4: Разработка контент-стратегии. Контент-стратегия должна быть направлена на создание ценного и релевантного контента, отвечающего потребностям целевой аудитории и отражающего экспертную позицию ООО «MCA Advertising». Контент может включать в себя статьи, блоги, кейсы, инфографику, видеоролики, вебинары и подкасты. Контент должен быть адаптирован к различным каналам коммуникации, таким как веб-сайт, социальные сети, email-рассылки и онлайн-СМИ. Важно обеспечить регулярное обновление контента и его SEO-оптимизацию.

Этап 5: Выбор коммуникационных каналов. На данном этапе необходимо выбрать коммуникационные каналы, которые наиболее эффективно охватывают целевую аудиторию. Каналы могут включать в себя веб-сайт компании, социальные сети, email-маркетинг, онлайн-СМИ, блоги, тематические форумы и партнерские веб-сайты. Важно учитывать особенности каждого канала коммуникации и адаптировать контент к его формату.

Этап 6: Реализация PR-кампании. На данном этапе необходимо реализовать PR-кампанию в соответствии с разработанным планом. Кампания может включать в себя публикацию контента на веб-сайте и в социальных сетях, рассылку пресс-релизов в онлайн-СМИ, организацию вебинаров и онлайн-конференций, участие в отраслевых мероприятиях и взаимодействие с блогерами и лидерами мнений. Важно обеспечить координацию усилий всех участников PR-кампании и оперативное реагирование на запросы целевой аудитории.

Этап 7: Оценка эффективности PR-кампании. На данном этапе необходимо оценить эффективность PR-кампании с использованием различных инструментов веб-аналитики и мониторинга социальных медиа. Оценка может включать в себя анализ трафика на сайт, количества упоминаний в социальных сетях, уровня вовлеченности аудитории, тональности комментариев, количества лидов и уровня конверсии. Результаты оценки позволят определить степень достижения поставленных целей и задач, выявить слабые места в PR-стратегии и внести необходимые корректировки [3].

Реализация представленной стратегии PR-продвижения позволит ООО «MCA Advertising» укрепить свои позиции на рынке интегрированных маркетинговых коммуникаций Узбекистана, привлечь новых клиентов и повысить лояльность существующих клиентов.

Ключевые показатели эффективности PR-продвижения

Показатель	Описание	Метод измерения
Узнаваемость бренда	Степень знания бренда целевой аудиторией	Опросы, анализ упоминаний в социальных сетях и СМИ, анализ поисковых запросов
Трафик на сайт	Количество посетителей сайта, источники трафика, время, проведенное на сайте, показатель отказов	Google Analytics, Яндекс.Метрика
Вовлеченность аудитории в социальных сетях	Количество лайков, комментариев, репостов, подписчиков, охват публикаций	Анализ статистики социальных сетей
Тональность упоминаний в социальных сетях и СМИ	Преобладание позитивных, негативных или нейтральных упоминаний о компании и ее продуктах/услугах	Инструменты мониторинга социальных сетей, контент-анализ публикаций в СМИ
Генерация лидов	Количество потенциальных клиентов, обратившихся в компанию с запросом на консультацию или приобретение услуг	Отслеживание заявок на сайте, анализ трафика, полученного с различных каналов продвижения
Уровень конверсии	Процент лидов, совершивших целевое действие	Отслеживание воронки продаж, анализ данных CRM-системы
Позиции сайта в поисковых системах	Место сайта в результатах поисковой выдачи по релевантным запросам	Инструменты SEO-анализа

Учитывая выявленные в предыдущих параграфах проблемы и возможности для улучшения PR-деятельности ООО «MCA Advertising» в сети Интернет, представляется целесообразным внедрение ряда новых PR-инструментов и технологий, направленных на повышение эффективности продвижения компании в цифровой среде Узбекистана. Данные инструменты и технологии призваны оптимизировать контент-маркетинг, усилить взаимодействие с целевой аудиторией в социальных сетях, повысить видимость сайта в поисковых системах и обеспечить более эффективное измерение результатов PR-кампаний.

Для решения проблемы недостаточной дифференциации контента и повышения его релевантности для целевой аудитории рекомендуется внедрение платформы для управления контентом с расширенными возможностями персонализации. CMS позволит создавать и управлять контентом различных форматов и адаптиро-

вать его к потребностям конкретных сегментов целевой аудитории. Персонализация контента может осуществляться на основе данных о демографических характеристиках пользователей, их интересах, поведении на сайте и в социальных сетях.

Для повышения активности в социальных медиа и укрепления взаимодействия с целевой аудиторией рекомендуется внедрение платформы для управления социальными медиа. SMM позволит автоматизировать процессы публикации контента, мониторинга упоминаний о компании и продуктах/услугах, анализа вовлеченности аудитории и взаимодействия с подписчиками. Платформа SMM также может быть интегрирована с CRM-системой, что позволит отслеживать влияние активности в социальных сетях на генерацию лидов и конверсию. Согласно исследованию HubSpot, компании, использующие SMM, демонстрируют увеличение трафика на сайт в среднем на 79 %.

Для повышения эффективности SEO-оптимизации и улучшения позиций сайта в поисковых системах рекомендуется внедрение платформы для анализа ключевых слов и мониторинга SEO-показателей. SEO-Platform позволит идентифицировать релевантные ключевые слова, по которым целевая аудитория ищет маркетинговые услуги в Узбекистане, анализировать конкурентную среду, мониторить позиции сайта в поисковых системах и выявлять технические проблемы, препятствующие эффективной SEO-оптимизации. Результаты анализа, полученные с помощью SEO-Platform, должны быть использованы для оптимизации контента на сайте, улучшения мета-тегов, наращивания ссылочной массы и повышения скорости загрузки сайта.

Для более эффективного измерения результатов PR-кампаний и анализа рентабельности инвестиций в PR рекомендуется внедрение системы мониторинга и анализа PR-активности. PR-Analytics System позволит собирать и анализировать данные о различных показателях эффективности PR-кампаний, таких как трафик на сайт, количество упоминаний в социальных сетях и СМИ, уровень вовлеченности аудитории, тональность комментариев, генерация лидов и конверсия. PR-Analytics System также должна обеспечивать возможность построения отчетов и визуализации данных, что позволит оперативно оценивать результаты PR-кампаний и принимать обоснованные решения по оптимизации PR-стратегии.

Внедрение перечисленных PR-инструментов и технологий потребует инвестиций в приобретение программного обеспечения, обучение персонала и интеграцию с существующими информационными системами компании. Однако, потенциальные выгоды от повышения эффективности PR-продвижения, такие как увеличение узнаваемости бренда, генерация лидов и повышение лояльности клиентов, оправдают эти инвестиции.

Библиографический список

1. Кармалова, Е. Ю. Современное состояние изучения визуального аспекта брендинга: существующие подходы и методы анализа / Е. Ю. Кармалова, А. В. Федюшкина // Брендинг как коммуникационная технология XXI века : материалы IX Международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург. 27 февраля – 2 марта 2023 г. / под ред. проф. А.Д. Кривоносова. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2023. – 118-121 с.

2. Гулиева, А. Ш., Минаева Н. В., Моховиков И. С. Оценка эффективности PR-кампании / А. Ш. Гулиева, Н. В. Минаева, И. С. Моховиков // Столыпинский вестник. – 2022. – Т. 4, № 5. – С. 2894-2900.

3. Алымов, В. С. Роль digital-технологий в брендинге в условия глобализации / В. С. Алымов // Брендинг как коммуникационная технология XXI века : материалы IX Международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 27 февраля – 2 марта 2023 г. / под ред. проф. А. Д. Кривоносова. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2023. – 183–184 с.

Искусственный интеллект в образовании – помощник или угроза?

А. В. Кшановский

Омское командное речное училище имени В. И. Евдокимова (Омский институт водного транспорта – филиал Сибирского государственного университета водного транспорта), г. Омск

Научный руководитель – канд. техн. наук, доцент И. О. Кузнецова

Современный этап развития образовательных систем характеризуется беспрецедентным по скорости проникновением технологий искусственного интеллекта (ИИ) в учебный процесс. Если еще несколько лет назад дискуссии об ИИ носили преимущественно

футурологический характер, то сегодня генеративные модели и адаптивные алгоритмы стали повседневной реальностью для миллионов студентов и преподавателей [1].

На первый взгляд наиболее значимым преимуществом внедрения ИИ в образование признается возможность реализации персонализированного подхода. Традиционная классно-урочная система, ориентированная на «среднего» ученика, действительно не всегда может учесть когнитивные особенности каждого обучающегося. ИИ-алгоритмы, основанные на анализе больших данных, способны выстраивать индивидуальные траектории обучения, адаптируя сложность и темп подачи материала в реальном времени. Систематический обзор литературы, охватывающий исследования с 2015 по 2025 год, подтверждает, что ИИ-платформы эффективно классифицируют учебный контент и обеспечивают адаптивную обратную связь.

Однако возникает закономерный вопрос: формирует ли такая «комфортная» среда устойчивые знания? Экспериментальные данные свидетельствуют о росте академических результатов при грамотном использовании ИИ-репетиторов, и в ряде исследований действительно зафиксировано, что применение интеллектуальных тьюторов ускоряет прохождение учебной программы. Но скорость усвоения материала не тождественна глубине понимания и способности применять знания в нестандартных ситуациях. Для преподавателя это означает снятие рутинной нагрузки, но одновременно порождает риск подмены подлинного обучения иллюзией компетентности.

Обратной стороной технологического оптимизма становится комплекс проблем, который исследователи объединяют понятием «этическая дихотомия» ИИ в образовании. Прежде всего, это атрофия критического мышления и когнитивной самостоятельности обучающихся. Показателен эксперимент, проведенный среди турецких старшеклассников: неограниченный доступ к ChatGPT во время решения практических задач повышал точность выполнения упражнений, но при последующем независимом тестировании результаты этих учащихся оказались на 17 % ниже, чем у контрольной группы, которая работала без использования ИИ. Мозг, привыкший полагаться на внешнего «помощника», снижает собственную нейропластичность и способность к концентрации. Знания,

добытые через преодоление трудностей, формируют более прочные нейронные связи, чем те, что получены в готовом виде [2].

Не менее остро стоит проблема академической честности. Массовое использование генеративных моделей для написания эссе, курсовых работ и даже кода полностью девальвирует традиционные методы оценивания. Преподаватели все чаще сталкиваются с ситуацией, когда они оценивают не знания студента, а качество работы нейросети. Исследователи из Московского государственного университета спорта и туризма подчеркивают, что современная ситуация требует от вузов не просто внедрения детекторов плагиата, но и выработки жесткой этической регламентации, которая бы четко ограничивала использование ИИ. Студент, регулярно делегирующий свои интеллектуальные задачи алгоритмам, лишает себя главного – права на ошибку и возможности через эту ошибку научиться мыслить.

Существенным вызовом остается и алгоритмическая предвзятость. Обучающие модели, тренирующиеся на исторических данных, могут воспроизводить и усиливать существующие стереотипы. Если система ИИ используется для ранжирования студентов или рекомендации образовательных траекторий, возникает риск дискриминации. Как отмечается в аналитическом докладе Brookings, прозрачность алгоритмов и человеческий надзор становятся критическими условиями, но даже они не гарантируют, что мышление учащегося не будет загнано в шаблоны, навязанные машиной.

SWOT-анализ интеграции ИИ в образовательную среду

Для систематизации описанных явлений и их взаимосвязей представляется целесообразным использование метода SWOT-анализа, позволяющего структурировать внутренние и внешние факторы влияния. Примечательно, что большинство потенциальных выгод ИИ нивелируются, если мы рассматриваем формирование самостоятельного мышления как главную цель образования.

Представленный анализ свидетельствует о том, что искусственный интеллект – это технология, требующая крайней осторожности при интеграции в образовательный процесс. Его потенциал в ускорении подачи информации не должен вводить в заблуждение. Главная цель образования – не трансляция данных, а формирование личности, способной самостоятельно мыслить, сомневаться и преодолевать интеллектуальные барьеры.

Положительное влияние	Отрицательное влияние
Сильные стороны (Strengths)	Слабые стороны (Weaknesses)
Высокая скорость адаптации материала под текущий запрос ученика	Отсутствие у ИИ истинного понимания контекста и невозможность воспитания личности
Мгновенная обратная связь и круглосуточная доступность	Риск тиражирования ошибок и предвзятости, формирование «клипового» мышления
Автоматизация рутинных задач преподавателя.	Полная неспособность ИИ передать опыт преодоления интеллектуальных трудностей
Возможности (Opportunities)	Угрозы (Threats)
Доступность качественного контента для удаленных регионов	Необратимое снижение когнитивных способностей учащихся, утрата навыков самостоятельного поиска решений
Анализ больших данных для выявления общих педагогических закономерностей	Полная девальвация академической честности и невозможность объективной оценки знаний
Освобождение времени для проектной работы	Формирование поколения, не способного мыслить критически вне заданных алгоритмами рамок

Исследования подтверждают: там, где ИИ берет на себя когнитивную нагрузку, мозг ученика отключается от работы. Следовательно, использование подобных инструментов в процессе обучения должно быть либо полностью исключено, либо сведено к абсолютному минимуму на начальных этапах освоения дисциплины. Дальнейшее развитие образования видится не в погоне за технологической эффективностью, а в возвращении к фундаментальному принципу: знание стоит только того, что добыто собственным трудом [3]. Запрет или жесткое ограничение использования ИИ в учебных заведениях – не консерватизм, а необходимое условие сохранения интеллектуального потенциала будущих поколений. Учитель и ученик должны оставаться один на один со знанием, без посредника в виде «черного ящика».

Библиографический список

1. Щука, И. О. Трансформация классического вида образования в эпоху цифровизации общества / И. О. Щука, Д. А. Малютов, С. Шаримова // Инженерное образование и его пропедевтика в эпоху цифровизации общества – Формирование престижа профессии инженера у современных школьников :

Сборник статей X Всероссийской очно-заочной научно-практической конференции с международным участием в рамках Петербургского международного образовательного форума, Санкт-Петербург, 24 марта 2021 года / Под редакцией А. Г. Козловой, В. Г. Денисовой, Л. В. Крайновой, В. Л. Расковалова. – СПб. : Академия Востоковедения, 2022. – С. 72–74. – EDN KQAKAL.

2. Кузнецова, И. О. Предпосылки появления искусственного интеллекта / И. О. Кузнецова, Г. А. Нестеренко, И. С. Нестеренко // Международный научно-исследовательский журнал. – 2024. – № 8 (146). – URL: https://research-journal.org/archive/8-146-2024-august/10.60797/IRJ.2024.146.36. – DOI: 10.60797/IRJ.2024.146.36

3. Щука, И. О. Использование сетевых технологий в образовании / И. О. Щука // Национальные тенденции в современном образовании : Сборник статей IV Всероссийская научно-практическая конференция, Омск, 25 декабря 2021 года / Под редакцией А. Э. Еремеева. – Омск : Омская гуманитарная академия, 2022. – С. 141–146. – EDN XFMYDF.

Разработка основных элементов гайдлайна фирменного стиля ООО «Экко-Рос»

Д. Л. Меренцова
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент О. В. Попова

Ценности ООО «Экко-Рос» должны транслироваться через каждый элемент визуальной коммуникации, формируя у потребителя целостный образ надежности, аутентичности и осознанного подхода к качеству. Гайдлайн призван регламентировать применение стиля во всем многообразии форматов присутствия компании – от стационарных розничных магазинов и цифровых платформ до корпоративной документации и сувенирной продукции. Ключевыми принципами являются лаконичность, функциональность и элегантная простота, что полностью соответствует скандинавской дизайнерской традиции. Особое внимание уделяется адаптивности базовых элементов к различным контекстам, будь то флагманский бутик или упаковка, при неукоснительном сохранении ключевых визуальных констант.

Важнейшей функцией гайдлайна является защита аутентичности бренда. Как единственный распространитель товаров под брендом «ECCO» на территории Российской Федерации, ООО «Экко-

Рос» должно обеспечивать мгновенную идентификацию легитимности своей продукции и коммуникаций. Четкие стандарты, изложенные в гайдлайне, призваны стать барьером для контрафакта, визуально отделяя оригинальную продукцию от поддельной. Таким образом, гайдлайн выступает не только как инструмент маркетинга, но и как компонент правовой защиты бизнеса [1].

Что касается непосредственно основных элементов гайдлайна, то цветовая палитра бренда сознательно дистанцируется от ярких и недолговечных трендов, отражая приверженность вневременным ценностям и северное происхождение ECCO. Она строится на гармонии базовых, акцентных и нейтральных тонов, ассоциирующихся с природными ландшафтами Скандинавии и высококачественными материалами, используемыми в производстве обуви.

Основу палитры (рис. 1) составляют два ахроматических цвета.

Рисунок 1 – Предлагаемая палитра цветов

Глубокий антрацитовый черный (#1A1A1A) служит для набора основного текста, отрисовки логотипа в основной версии и создания акцентов в интерьерных решениях. Этот цвет символизирует долговечность, прочность и элегантность. Чистый белый (#FFFFFF) используется в качестве фонового цвета для упаковки, цифровых интерфейсов и полиграфии, создавая ощущение чистоты, простоты и визуального простора, характерного для скандинавской эстетики.

В качестве основного акцентного цвета предлагается приглушенный землисто-коричневый (#8B7355), напрямую отсылающий к натуральной коже высшего качества, которая является основным сырьем для продукции ECCO. Этот тон должен использоваться выборочно для выделения ключевых сообщений, создания градиентов в цифровых баннерах и оформления ценников. Дополнительным акцентом может выступать холодный свинцово-серый (#6E7B8B), имитирующий фактуру натурального камня, который часто используется в отделке магазинов бренда. Он добавляет палитре глубины и технологичности.

Для фоновых решений, вторичного текста и графических элементов предусматривается расширенная палитра нейтральных оттенков. Это теплые бежевые (#E6D2BC) и серо-бежевые тона (#C4B6A6), ассоциирующиеся с натуральными тканями и песком, а также серые тона средней насыщенности (#9E9E9E). Эти цвета обеспечивают необходимый визуальный отдых и подчеркивают главные элементы композиции, не перетягивая на себя внимание.

Типографика (рис. 2) в фирменном стиле ООО «Экко-Рос» должна быть максимально функциональной, четкой и читаемой, сохраняя при этом черты современной европейской элегантности. Шрифтовое решение строится на контрасте и иерархии, что позволяет выстраивать логичную и удобную для восприятия структуру коммуникации [2].

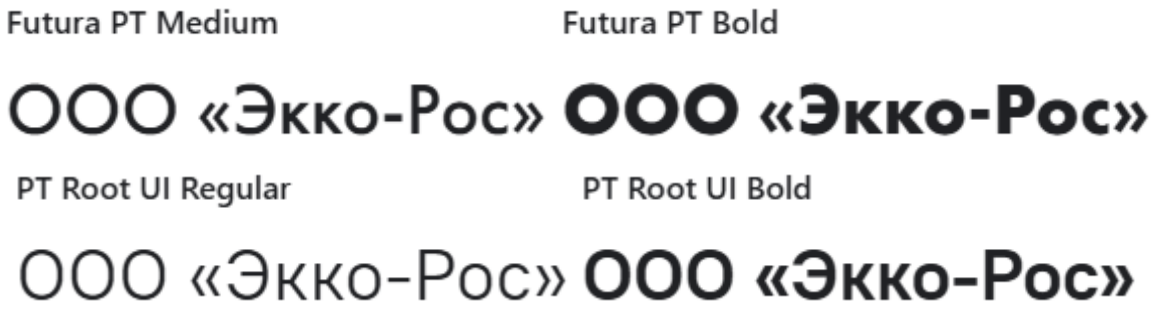


Рисунок 2 – Предлагаемая типографика шрифтов

Для заголовков, навигации в магазинах, лозунгов и выделения ключевой информации рекомендуется использовать гротеск геометрического или гуманистического начертания, например, категорию шрифтов, близких к Futura PT или Gilroy. Их четкие, строгие формы без засечек идеально соответствуют принципам скандинавского модернизма и создают ощущение прогрессивности и технологичности. Допускается использование Medium, DemiBold и Bold начертаний для создания четкой иерархии.

Для набора основного текста в полиграфии, на веб-сайтах и в мобильных приложениях должен применяться классический, высокочитаемый гротеск с открытыми формами, такой как Open Sans или PT Root UI. Эти шрифты обеспечивают комфортное длительное чтение даже в мелких кеглях, что напрямую соотносится с ценностью комфорта, пропагандируемой брендом. Основная рабочая палитра включает Regular, Italic, Semibold и Bold.

Верстка должна отличаться обилием воздушного пространства. Поля и отступы являются активным элементом композиции, подчеркивая значимость контента и создавая ощущение легкости и продуманности. Запрещается использование более трех размеров шрифта в одной композиции, а также произвольное изменение межбуквенных и межстрочных интервалов.

Стиль изображений и графических элементов является, пожалуй, наиболее выразительной частью фирменного стиля, непосредственно транслируя философию бренда конечному потребителю. Все визуальные материалы должны быть выдержаны в единой эстетике, которую можно охарактеризовать как «естественную технологичность».

Фотографии продукции должны быть выполнены в жанре предметной съемки высочайшего качества, с идеальной цветопередачей, позволяющей оценить фактуру и качество материалов. Фон предпочтительно нейтральный – белый, серый или светло-бежевый, что позволяет сосредоточить все внимание на продукте. В рекламных съемках акцент делается на естественность и функциональность. Модели должны быть сняты в движении, в урбанистической или природной среде, в ситуациях, демонстрирующих комфорт и универсальность обуви. Освещение – естественное, мягкое, без резких контрастов и кричащих эффектов. Кадрирование – часто средний и общий план, показывающий модель в контексте, от-

ражающем скандинавский образ жизни – сбалансированный, динамичный и созерцательный одновременно.

В качестве основных графических паттернов и фоновых текстур предлагается использовать цифровые репродукции натуральных материалов – мелкой структуры дубовой древесины, гранитной крошки или фактуры высококачественной кожи. Эти текстуры могут применяться в качестве деликатного фона для полиграфии или цифровых баннеров. Из абстрактных графических элементов допустимы тонкие линии и геометрические фигуры (круги, прямоугольники), используемые для организации пространства и акцентирования. Запрещено использование стандартных клипартов, сложных градиентов и виньетирования [3].

Учитывая, что бренд ECCO делает значительный акцент на инновационных технологиях производства, таких как метод прямого литья подошвы FLUIDFORM™, в гайдлайне должен быть раздел, регламентирующий их визуальную презентацию. Для этого рекомендуется использовать лаконичные и понятные инфографики в корпоративных цветах, схемы-разрезы продукции, демонстрирующие уникальность конструкции, и короткие анимированные ролики для цифровых платформ. На основе разработанного гайдлайна ниже предложены три варианта графического воплощения ключевых носителей фирменного стиля.

1. Фирменный пакет для клиентов (рис. 3).

Пакет для клиентов изготавливается из прочного крафт-картона плотностью не менее 200 г/м² с матовой поверхностью, цветом натуральной небеленой целлюлозы, что подчеркивает экологическую ответственность бренда. На лицевой стороне пакета в центре располагается логотип ECCO, выполненный методом тиснения. По боковым сторонам пакета может присутствовать микропаттерн в виде фактуры высококачественной кожи, выполненный методом конгревного тиснения без краски для создания тактильного эффекта.

Ручки пакета выполняются из прочного джутового шнура натурального цвета, который надежно крепится к усиленным отверстиям в верхней части пакета. В нижнем углу пакета размещается QR-код системы «Честный знак» для проверки подлинности продукции.

Рисунок 3 – Фирменный пакет для клиентов

2. Баннер для сайта и социальных сетей (рис. 4).

Баннер имеет вертикальную ориентацию для оптимального отображения в мобильных приложениях. Композиционно он разделен на две части. В верхней трети на светло-бежевом фоне располагается текстовый блок. Основной заголовок «TECHNOLOGY IN MOTION» набирается акцентным коричневым цветом с использованием шрифта Futura PT в начертании DemiBold. Под ним, серым цветом средней насыщенности, следует подзаголовок: «Инновационные технологии ECCO для активной городской жизни», набранный шрифтом PT Root UI Regular.

Нижние две трети занимает полноценная фотография высокого разрешения. На снимке изображена молодая женщина (25-35 лет) в деловом кэжуал стиле, уверенно шагающая по мостовой современного европейского города в скандинавском стиле. На ней надеты туфли ECCO SOFT 7 женской коллекции в коричневом цвете. Кадр снят с нижнего ракурса, подчеркивая динамику движения. Модель улыбается, взгляд направлен вперед, волосы развиваются на ветру. Стиль съемки – естественный, с преобладанием прохладного дневного света, подчеркивающего фактуру кожи и материалов

обуви. На заднем плане читаются элементы современной архитектуры с элементами натурального дерева и камня. В правом нижнем углу фотографии располагается полупрозрачная плашка белого цвета (прозрачность 85 %). На плашке размещается логотип ECCO антрацитового цвета.

Рисунок 4 – Баннер для сайта и социальных сетей

3. Карта участника программы «ECCO Moments».

Карта выполняется из прочного пластика толщиной 0,8 мм стандартного формата CR-80 (85,6 × 53,98 мм). Основной фон кар-

ты – глубокий землисто-коричневый цвет. В левом верхнем углу располагается логотип ECCO белого цвета, выполненный методом ультрафиолетовой печати с глянцевым эффектом (рис. 5).

В правой части карты, на коричневом фоне, находится белое прямоугольное поле с закругленными углами, содержащее следующую информацию:

– в верхней части поля: номер карты, выполненный шрифтом Futura PT DemiBold, антрацитового цвета;

– в нижней части: имя владельца карты, набранное шрифтом Futura PT Medium, антрацитового цвета.

На обороте карты размещается следующая информация:

– полосы для магнитной полосы и подписи владельца;

– контактная информация службы поддержки, выполненная шрифтом PT Root UI Regular, темно-серым цветом;

– QR-код для быстрого перехода в мобильное приложение или личный кабинет программы лояльности.

Рисунок 5 – Карта участника программы лояльности «ECCO Moments»

По периметру карты выполнена тонкая бортовая линия антрацитового цвета толщиной 0,5 pt. В качестве дополнительного элемента защиты от подделки используется голографическая полоса с микротекстом «ECCO MOMENTS», расположенная в нижней части лицевой стороны карты.

Разработанные элементы гайдлайна фирменного стиля ООО «Экко-Рос» формируют целостную систему, способную гибко адаптироваться к задачам маркетинговых коммуникаций, оставаясь при этом неизменно узнаваемой и аутентичной. Следование этим правилам позволит не только укрепить позиции бренда на российском рынке, но и эффективно противостоять рискам, связанным с распространением контрафактной продукции, через создание визуально выраженного эталона качества и подлинности.

Таким образом, разработанные элементы гайдлайна фирменного стиля ООО «Экко-Рос» формируют стройную и адаптивную систему, служащую материальным воплощением философии бренда. Цветовая палитра, основанная на ахроматическом дуэте антрацитового черного и белого, акцентированная землисто-коричневым и свинцово-серым, создает визуальную метафору высококачественных материалов и скандинавской эстетики. Типографическая система, построенная на контрасте геометрических гротесков для заголовков и высокочитаемых гротесков для текста, обеспечивает структурную ясность и функциональность всех коммуникаций [4].

Стиль изображений, пропагандирующий естественность и предметную съемку высшего качества, в совокупности с графическими паттернами, имитирующими фактуры кожи и камня, напрямую транслирует ценности аутентичности и инноваций. Практическое применение этих стандартов демонстрирует их эффективность на ключевых носителях: от фирменного пакета из крафт-картона с тактильным тиснением до динамичных цифровых баннеров и лаконичной карты программы лояльности. Данный гайдлайн не только формализует визуальную идентичность, но и выполняет важную защитную функцию, создавая комплекс визуальных маркеров, которые затрудняют подделку и легитимизируют продукцию компании на рынке. Следовательно, представленная разработка служит надежным инструментом для построения последовательного, узнаваемого и достоверного образа бренда на всех точках контакта с потребителем.

Библиографический список

1. Бакина, Т. И. Фирменный стиль как инструмент продвижения компании на рынке / Т. И. Бакина // Культурологические чтения 2020. Культурный код в эпоху глобализации: цифровизация общества и образования. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2021. – С. 252–257.

2. Бруцкая, М. В. Дизайн фирменного стиля / М. В. Бруцкая, Т. А. Бруцкая // Юный ученый. – 2022. – № 6 (58). – С. 142–145.

3. Кириллова, И. Л. Фирменный стиль как позиционирование бренда / И. Л. Кириллова, Е. П. Апанасевич// Материалы и технологии. – 2025. – № 1. – С. 50–60.

4. Никитина, В. С. Сущность бренда: элементы и добавленная ценность / В. С. Никитина // E-Management. – 2021. – № 1. – С. 58–67.

Информационные технологии в банковской сфере

Я. В. Порываев
Омский филиал Университета «Синергия», г. Омск
Научный руководитель – канд. экон. наук,
доцент Г. А. Домащенко

Информационные технологии (ИТ) стали ключевым инструментом развития банковского сектора [1, 2]. Современные банки уже давно перестали быть просто финансовыми учреждениями — они превратились в высокотехнологичные сервисные платформы, обеспечивающие быстрый, удобный и безопасный доступ к финансовым услугам [3, 4].

Роль информационных технологий в банковской сфере очень ярко представлена в выполнении функций автоматизация внутренних процессов [5, 6], таких как:

- обработка платежей;
- ведение клиентских счетов;
- управление документами;
- расчеты между банками;
- риск-менеджмент.

Автоматизация снижает вероятность ошибок, повышает скорость работы и уменьшает расходы

Интернет-банкинг представляет собой систему дистанционного банковского обслуживания, предоставляющую клиентам возможность осуществлять финансовые операции и пользоваться банковскими продуктами и услугами, не посещая физическое отделение банка [7, 8]. Эта технология позволяет клиентам удаленно управлять своими счетами и осуществлять различные транзакции.

Например, в современных условиях развития банковских услуг клиенты могут выполнять большинство операций удаленно:

- переводы;
- платежи;
- открытие вкладов;
- оформление кредитов.

Банковская карта – физическая (из пластика или металла) или цифровая, как правило, связана с одним или несколькими банковскими счетами. Её функционал включает в себя возможность расчётов за товары и сервисы, в том числе в онлайн-среде, но к основным относят осуществление денежных переводов и получение наличных средств.

При этом существуют различные типы банковских карт:

– дебетовые карты – связаны с вашим банковским счетом и дают возможность использовать только те средства, которые реально доступны на балансе;

– кредитные карты – открывают доступ к кредитному лимиту, установленному финансовым учреждением и их можно использовать для оплаты товаров и услуг, а затем вернуть эти суммы в оговоренные сроки, часто с возможностью беспроцентного периода и получением кэш-бека.

– виртуальные карты – это цифровые аналоги, выпускаемые в мобильном приложении банка, которые сразу привязываются к существующему счету, но они не имеют физического носителя.

Механизм перевода денежных активов от отправителя к адресату, обычно от потребителя к поставщику товаров или услуг, определяется как платежная система. Она включает в себя набор установленных норм, рабочих процессов и технических средств.

Основные виды платежных систем:

Международные – функционирующие в нескольких странах, принимают к оплате разные валюты. К ним относятся, например, Visa, Mastercard и UnionPay.

Национальные – созданные правительствами или крупными банками, предназначены для обеспечения финансовых операций

внутри страны. Примером является российская платежная система «Мир».

Онлайн-системы позволяют осуществлять платежи через интернет без необходимости использования физической карты, например, с помощью электронных кошельков.

Информационная безопасность в банковской сфере – это целый комплекс мер, сосредоточенных на защите данных клиентов, конфиденциальной информации (персональных данных, банковской тайны) и корпоративных документов. Цель – предотвратить утечку информации, снизить ущерб от кибератак и обеспечить надёжную работу банковских сервисов.

Информационная безопасность призвана устранить и/или минимизировать угрозы в банковской сфере, такие как:

• Фишинговые атаки – это мошеннические действия, при которых злоумышленники отправляют фальшивые электронные письма, текстовые сообщения или совершают телефонные звонки, имитирующие общение от имени банковских учреждений. Цель этих действий – перенаправить жертву на поддельный веб-сайт или обманным путем получить доступ к конфиденциальной информации.

• DDoS-атаки заключаются в том, что злоумышленники перегружают целевой сервис огромным количеством запросов, поступающих с тысяч скомпрометированных устройств, что приводит к его недоступности.

• Атаки на цепочки поставок – это стратегия, при которой киберпреступники выявляют и эксплуатируют уязвимости у третьих сторон, вовлеченных в бизнес-процессы, таких как разработчики программного обеспечения, системные интеграторы или поставщики IT-услуг.

• Внутренние риски – это угрозы, исходящие от самих сотрудников организации, например, действия, направленные на несанкционированное получение и распространение конфиденциальной корпоративной информации.

Меры по обеспечению информационной безопасности в банковской сфере:

– использование мультифакторной идентификации подразумевает применение различных методов подтверждения личности, например, паролей, биометрии и одноразовых кодов;

– криптографическое преобразование данных обеспечивает их хранение и пересылку в закодированном формате, что гарантирует защиту от несанкционированного доступа даже при перехвате;

– непрерывный контроль за операциями с финансами, направленный на обнаружение сомнительных действий, помогает на раннем этапе предотвратить мошеннические действия и кибернетические атаки;

– постоянное повышение квалификации работников и их информирование о вероятных кибернетических рисках способствуют созданию атмосферы безопасности во всей организации;

– создание копий резервных данных необходимо для восстановления информации при ее потере или повреждении.

На современном этапе развития банковской системы для автоматизации процессов, улучшения обслуживания клиентов и оптимизации управления рисками активно используется современный инструмент – искусственный интеллект (ИИ).

Основные направления применения ИИ в банковской сфере:

• Определение платёжеспособности клиентов банков осуществляется посредством кредитного скоринга, основанного на анализе информации о клиенте, его предыдущих кредитных обязательствах, уровне доходов и других значимых показателях.

• Упрощение однотипных операций, начиная от обработки документации и заканчивая управлением возможными рисками, достигается за счет автоматизации.

• Индивидуализация обслуживания достигается путем изучения потребительских предпочтений клиентов банка и разработки специализированных кредитных предложений и других банковских продуктов.

• Идентификация махинаций – изучение информации о транзакциях способствует обнаружению необычных тенденций, что позволяет оперативно блокировать платежные карты.

• Содействие в разработке новых отделений – технология занимается подробным изучением информации о всех отделениях банка, деятельности клиентов, данных о конкурентах, интенсивности трафика и иных характеристик, с целью оценки нагрузки и потенциала новых точек обслуживания.

Примерами внедрения ИИ в банковской сфере служат:

• Виртуальные помощники и голосовые интерфейсы берут на себя роль операторов на начальном этапе обслуживания, оказывая содействие клиентам в решении вопросов, касающихся банковских транзакций, и предлагая различные сервисы. К примеру, интеллектуальный чат-бот банка ВТБ самостоятельно обрабатывает по-

давляющее большинство клиентских обращений – около 85 %, включая консультации по вкладам, условиям начисления кешбэка и информации о банковских продуктах.

• Внедрение автоматизированной обработки информации наблюдается в Росбанке, где системы ИИ в автоматическом режиме осуществляют обработку и внесение информации о клиентах при открытии счетов и проведении операций, требующих удостоверения личности. Система способна распознать свыше 70 ключевых пунктов из сканированных или сфотографированных документов и провести около 15 автоматических этапов верификации информации по каждому пользователю всего за пару секунд.

• Управление филиальной сетью также оптимизируется благодаря новым технологиям. В Росбанке применяется технология геоаналитики, объединяющая информацию по всем отделениям и структурным подразделениям банка, оценивающая их потенциальную продуктивность и загруженность, а также прогнозирующая эффективность потенциальных точек присутствия.

Преимуществами внедрения информационных технологий (ИТ) в банках [9] являются:

– скорость совершения операций;

– повышение безопасности;

– снижение расходов;

– расширение набора услуг.

В будущем роль информационных технологий в банковской сфере будет только возрастать. Ожидается дальнейшее развитие цифровых банков, не имеющих физических отделений, расширение использования блокчейн-технологий и внедрение новых форм цифровых валют. Также важным направлением станет интеграция банковских систем с финтех-компаниями и государственными цифровыми платформами.

Информационные технологии являются неотъемлемой частью современной банковской сферы. Они обеспечивают эффективность, надежность и конкурентоспособность банков, а также высокий уровень сервиса для клиентов. Постоянное развитие ИТ открывает новые возможности для финансовых организаций и способствует формированию инновационной и устойчивой банковской системы.

Библиографический список

1. Интернет-технологии в экономике знаний / [Абдикеев Н. М. и др.] ; под науч. ред. Н. М. Абдикеева. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 447 с.

2. Информационные системы и технологии в экономике и управлении : учебник для бакалавров / [Трофимов В. В. и др.] ; под ред. В. В. Трофимова ; Санкт-Петербургский гос. ун-т экономики и финансов. – М. : Юрайт, 2013. – 542 с.

3. Лебедева, И. А. Цифровая трансформация банковского сектора России : возможности и риски для банков и их клиентов / И. А. Лебедева // Социальные новации и социальные науки. – 2022. – № 1 (6). – С. 74–85..

4. Laudon, K. C., Laudon, J. P. Management Information Systems: Managing the Digital Firm. Pearson, 2023. 649 p.

5. Turban E., Volonino L. Information Technology for Management. Wiley, 2022. 736 p.

6. Mishra, A., Lakshmi, T. Banking Technology and Analytics. McGraw-Hill, 2021.

7. European Banking Authority (EBA). Guidelines on ICT and Security Risk Management. – URL: https://www.eba.europa.eu/activities/single-rulebook/regulatory-activities/internal-governance/guidelines-ict-and-security-risk-management.

8. Basel Committee on Banking Supervision.Principles for operational resilience. Bank for International Settlements, 2021. – URL: https://www.banko fengland. co.uk/-/media/boe/files/prudential-regulation/supervisory-statement/2021/ss521-july- 2021.pdf.

9. Deloitte Insights. Future of Digital Banking. 2022. – URL: https://www. deloitte.com/an/en/services/risk-advisory/analysis/global-digital-risk-survey.html

Разработка и реализация юмористической контент-стратегии для повышения узнаваемости образовательного учреждения (на примере проекта ОмГА «С бородой или без»)

М. А. Промкина, П. С. Типпель, Е. М. Олькова
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент С. М. Ильченко

Введение. Основной целью проекта стало повышение узнаваемости Омской гуманитарной академии среди молодежи. В ходе анализа деятельности ОмГА было установлено, что качество образования в академии находится на высоком уровне: преподаватели

демонстрируют глубокое знание предмета, доступно и увлекательно излагают материал. Однако количество студентов в академии нуждается в увеличении. Исходя из этого, было принято решение разработать проект, направленный на привлечение абитуриентов через повышение узнаваемости бренда ОмГА среди лиц 13-30 лет с помощью юмористического контента.

Теоретическое обоснование. Юмор является мощным инструментом для выстраивания маркетинговых коммуникаций. Согласно исследованиям в области маркетинга образовательных услуг, использование вирусного маркетинга в социальных сетях позволяет установить доверительный контакт с аудиторией и транслировать ценности бренда в ненавязчивой форме [1, с. 65]. Такой подход максимально учитывает потребности целевой аудитории, которая выросла в цифровую среду и позитивно реагирует на креативные, нестандартные формы подачи информации [4, с. 352]. Кроме того, психологические исследования подтверждают, что образ «с бородой или без» влияет на восприятие личностных качеств: по данным Института психологии РАН, наличие или отсутствие этого аксессуара меняет оценку таких характеристик, как сила, общительность и интеллект [2]. Современные исследования в области психологии массовых коммуникаций также отмечают, что эффективная коммуникация с молодежной аудиторией требует отказа от излишне формальных и пафосных сообщений в пользу более живых, аутентичных форматов [3, с. 98]. Это создает благоприятную основу для формирования философии бренда, построенной на принятии индивидуальности.

Академическая реклама традиционного формата, как правило, не вызывает должного отклика у молодежной аудитории и теряется в общем информационном шуме. Юмор позволяет говорить с аудиторией на ее языке, демонстрируя, что за формальными стенами вуза работают живые, креативные люди. Концепция «С бородой или без» транслирует идею вовлеченности, принятия разнообразия и отказа от стереотипов. Борода в данном контексте становится символом свободы быть собой. Данный образ выбран для трансляции главной идеи: в гуманитарной академии стиль, возраст или внешность не становятся преградой на пути к знаниям. Современные исследования в области медиапсихологии также подтверждают, что использование юмора в рекламных материалах способствует формированию позитивного имиджа организации и повышает доверие к ней со стороны целевой аудитории [5, с. 112].

Исследовательский этап. В рамках исследовательского этапа была сегментирована целевая аудитория на три группы с последующим анализом их потребностей, страхов и мотивации.

Подростки (13-17 лет).

Страхи: непонимание будущего, давление, ошибочный выбор, социальная тревожность.

Интересы: яркие эмоции, студенческая жизнь, дружелюбная атмосфера, востребованные профессии.

Роль юмора: снизить страх, создать эмоциональную связь, показать «человечность» вуза.

Молодые взрослые (18-25 лет).

Страхи: невостребованность, финансовая нестабильность, потеря времени.

Интересы: карьерные перспективы, актуальные знания, стажировки.

Роль юмора: разрушить стереотипы о скучных специальностях, привлечь внимание в потоке информации, продемонстрировать прогрессивность вуза.

Взрослые (25-30 лет).

Страхи: упущенные возможности, нехватка ресурсов, стресс.

Интересы: практическая польза, смена деятельности, гибкий график обучения.

Роль юмора: развеять сомнения, подчеркнуть преимущества «зрелого» подхода к учебе, создать ощущение сообщества.

Реализация проекта. На основе полученных в ходе исследования данных была сформулирована стратегия, базирующаяся на трех ключевых принципах: актуальность (короткие ролики для TikTok, VK Клипы, YouTube Shorts), эмоциональный интеллект (отказ от формальной рекламы) и уникальность (слоган «С бородой или без» как основа философии).

Проект был реализован в условиях малобюджетного производства. Для создания видеороликов не привлекались платные продакшн-студии, профессиональное оборудование или наемные актеры. В основе производства лежали исключительно креативные и интеллектуальные способности создателей проекта, а также помощь волонтеров из числа студентов академии, которые безвозмездно участвовали в съемках в качестве актеров, ассистентов оператора и монтажеров. Такой подход не только позволил минимизировать финансовые затраты, но и добавил контенту естественности и «живости».

Был создан цикл видеороликов, объединенных общей стилистикой, динамичным монтажом и использованием актуальных интернет-трендов.

Ролик № 1: «Бородатая тетя»

Сюжет: мама пугает дочку историей о бездомной женщине с бородой, но та внезапно преображается и объясняет, что она - творческий человек.

Послание: разрушение стереотипов о внешности. Демонстрация того, что в ОмГА креативность и индивидуальность приветствуются.

Прием: построен на популярном тропе «ожидание/реальность».

Ролик № 2: «Илон Маск»

Сюжет: молодой человек, загримированный под Илона Маска с намеренно утрированной «дешевой» бородой, дает интервью, в котором рассказывает, что бороду ему посоветовали отрастить именно в ОмГА.

Послание: не бояться рисковать и доверять профессионалам.

Прием: пародия на знаменитостей, абсурдный юмор.

Ролик № 3: «Приемная комиссия»

Сюжет: в приемную комиссию приходят абитуриенты с нестандартной внешностью, а кульминацией становится приход «Дона Корлеоне», который хочет уйти из мафии и преподавать.

Послание: в ОмГА рады всем, кто готов работать и воплощать мечты в реальность.

Прием: отсылки к массовой культуре («Крестный отец»), гиперболизация.

Результаты. В ходе практического этапа было создано три видеоролика, полностью соответствующих заявленной концепции. Для проверки эффективности был проведен опрос среди учащихся школы «Логос», которым продемонстрировали пилотный ролик «Приемная комиссия». Результаты опроса подтвердили высокую эффективность выбранной стратегии: 91 % респондентов оставили положительные отзывы о юмористическом формате, а 58 % опрошенных задумались о возможности поступления в ОмГА. Таким образом, было экспериментально доказано, что контент, транслирующий ценности индивидуальности, способствует повышению лояльности к бренду вуза.

Заключение. Реализованный проект продемонстрировал, что современное высшее учебное заведение может и должно использовать нестандартные маркетинговые инструменты для коммуника-

ции с абитуриентами. Юмор выступает в качестве стратегического ресурса, позволяющего установить доверительный контакт с молодежной аудиторией. Концепция, построенная на идее принятия индивидуальности («С бородой или без»), формирует сильный эмоционально окрашенный бренд. Эффективная контент-стратегия требует постоянного анализа актуальных трендов и прямого взаимодействия с целевой аудиторией.

Библиографический список

1. Пылаева, Е. В. Маркетинг без бюджета: брендирование образовательной программы «Бизнес-информатика» Финансового университета / Е. В. Пылаева, Е. В. Васильева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2017. – № 5. – С. 64–71.

2. Артемцева, Н. Г. Выбор модных аксессуаров как творческое отношение к самопрезентации коммуникантов / Н. Г. Артемцева, В. Б. Крылова // Психология и психотехника. – 2016. – № 5. – С. 410–418.

3. Капустина, Л. М. Психология массовых коммуникаций: учебное пособие для вузов / Л. М. Капустина, А. Н. Латышева – М. : Юрайт, 2020. – 215 с.

4. Бурлакова, К. Н. Прецедентные феномены с юмористическим содержанием в сетевых коммуникациях университетов / К. Н. Бурлакова // Журналистика, массовые коммуникации и медиа: взгляд молодых исследователей : материалы Всерос. науч.-практ. конф. – Белгород : ООО «Космос», 2025. – С. 351–356.

5. Григорьева, Е. И. Медиапсихология: основные направления и перспективы развития / Е. И. Григорьева // Психологический журнал. – 2018. – № 2. – С. 108–115.

Влияние социальных сетей на самооценку человека: основные проблемы и способы защиты

О. А. Селявкина
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – канд. пед. наук, доцент Т. Н. Романова

Сегодня социальные сети стали для нас чем-то вроде цифрового зеркала, в которое мы заглядываем десятки раз в день. Мы привыкли проверять ленту новостей сразу после пробуждения и засыпать со смартфоном в руках, часто не замечая, как этот процесс меняет наше внутреннее состояние. Психологи всё чаще говорят о том, что виртуальный мир начал диктовать нам правила, по кото-

рым мы оцениваем собственную значимость, и, к сожалению, это «зеркало» часто оказывается кривым.

Цель работы – проанализировать, как социальные сети влияют на самооценку современного человека, и определить способы, которые помогут сохранить психологическое благополучие в цифровой среде.

Рассмотрим следующие задачи:

1. Выявить основные психологические механизмы, заставляющие нас сравнивать себя с другими пользователями.

2. Изучить влияние «лайков» и других показателей популярности на внутреннее состояние личности.

3. Описать проблему искажения образа тела под воздействием фильтров и идеализированного контента.

4. Сформулировать практические рекомендации по «цифровой гигиене» для сохранения адекватной самооценки.

Главная причина, по которой соцсети бьют по самооценке, кроется в нашей естественной привычке сравнивать себя с окружающими. Раньше мы сопоставляли свои успехи с достижениями соседей или коллег, но сегодня мы соревнуемся с идеализированными образами миллионов людей со всего мира. Основная проблема здесь в том, что мы сравниваем свое «закулисье» с чужим «парадным фасадом». Мы видим свои будни, усталость и мелкие неудачи, в то время как другие показывают нам только свои лучшие моменты, выбранные из сотен неудачных кадров. В результате возникает ложное ощущение, что все вокруг живут ярче и успешнее, а наша собственная жизнь на этом фоне кажется серой и скучной.

Еще одна ловушка – это зависимость от одобрения, которую часто называют «экономикой лайков». Мы привыкли измерять свою ценность количеством реакций под постом. Лайк для нашего мозга – это сигнал признания, вызывающий быстрый прилив удовольствия. Однако оборотная сторона этого процесса разрушительна: если публикация не получает ожидаемого внимания, человек начинает чувствовать себя неинтересным или отвергнутым. Самооценка становится внешней – она больше не опирается на наши реальные качества, а полностью зависит от того, нажали ли незнакомые люди на «сердечко». Это делает нас уязвимыми и заставляет постоянно искать подтверждения своей значимости в интернете.

Огромное влияние на уверенность в себе оказывают и современные стандарты красоты. Постоянное использование фильтров и масок создало мир, где никто не выглядит «обычно». Наблюдая за

идеальными лицами и телами, мы начинаем верить, что это и есть норма. В итоге развивается неприятный феномен: человек привыкает к своему «улучшенному» цифровому образу и начинает испытывать разочарование, глядя на себя в обычное зеркало. Это рождает глубокие комплексы и мешает принимать свою настоящую внешность. Кроме того, существует и страх «упущенной выгоды», когда, глядя на чужие праздники и путешествия, мы чувствуем тревогу, будто жизнь проходит мимо нас.

Как же защитить себя в этой цифровой среде? Важно понимать, что социальные сети – это просто инструмент, и мы можем научиться пользоваться им без вреда для себя. Первый и самый важный шаг – это информационная гигиена. Стоит провести ревизию своих подписок и смело удалить те аккаунты, которые вызывают у вас чувство зависти или неуверенности. Оставьте в ленте только то, что вас искренне вдохновляет или приносит пользу. Также крайне важно ограничить время пребывания в сети: чем меньше мы бесцельно листаем ленту, тем меньше шансов попасть в ловушку негативных сравнений.

Помимо этого, нужно развивать критическое мышление. Каждый раз, видя идеальную картинку, напоминайте себе, что это результат долгой постановки, удачного света и обработки. Это не документальный кадр реальности, а красивый коммерческий продукт. Но самый надежный способ сохранить здоровую самооценку – это сместить фокус с экрана на реальность. Настоящая уверенность строится не на лайках, а на реальных делах: хобби, спорте, живом общении и маленьких личных победах. Когда у человека есть прочные опоры в настоящей жизни, виртуальный мир перестает казаться таким пугающим и перестает определять его ценность. Помните, что вы – это не ваш профиль, а живой и уникальный человек, чья жизнь всегда гораздо богаче любого снимка в интернете.

Подводя итог, можно сказать, что социальные сети сегодня играют роль мощного внешнего зеркала, которое может как поддерживать нас, так и разрушать нашу уверенность в себе. Основная проблема заключается в том, что виртуальная среда подталкивает нас к бесконечному сравнению своей реальной, повседневной жизни с чужим «идеальным» контентом. Это создает иллюзию собственной недостаточности и делает наше настроение зависимым от лайков и чужого одобрения.

Однако важно понимать, что социальные сети сами по себе не являются злом – это лишь инструмент. Влияние цифрового мира на

нашу самооценку во многом зависит от того, насколько осознанно мы его используем. Если мы учимся критически воспринимать красивые картинки, ограничиваем время в сети и ищем подтверждение своей ценности не в «сердечках» под фото, а в реальных делах и живых отношениях, то риск потерять себя сводится к минимуму.

Главный ключ к здоровой самооценке в цифровую эпоху – это баланс. Нам нужно учиться быть не просто пассивными зрителями чужого успеха, а активными творцами собственной реальной жизни. Помните: ни один, даже самый идеальный профиль в интернете, не отражает всей полноты и уникальности человеческой личности. Ваша ценность безусловна и не нуждается в ежедневном цифровом подтверждении.

Библиографический список

1. Кули, Ч. Х. Человеческая природа и социальный порядок / Ч. Х. Кули. – М. : Идея-Пресс, 2000. – 320 с.

2. Белинская, Е. П. Цифровая социализация: теории, процессы, риски: монография / Е. П. Белинская. – М. : Юрайт, 2023. – 214 с.

3. Войскунский, А. Е. Киберпсихология в современном мире: от виртуальной реальности до социальных сетей / А. Е. Войскунский. – СПб. : Питер, 2022. – 384 с.

4. Хауген, Ф. Дилемма алгоритма: как социальные медиа меняют наше сознание / Ф. Хауген; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2024. – 310 с.

5. Васильева, Н. В. Влияние социальных сетей на формирование самооценки подростков / Н. В. Васильева // Психологический журнал. – 2021. – № 3. – С. 45–52.

Математические основы компьютерного зрения в задачах автоматического контроля качества на конвейере

К. Л. Соколов, Д. С. Захаров
Омский филиал Университета «Синергия, г. Омск
Научный руководитель – канд. пед. наук, доцент О. О. Князева

Как показывает практика, визуальный контроль, выполняемый человеком, далек от идеала. Усталость оператора, субъективность оценки и невысокая скорость – это лишь некоторые из определяемых проблем.

Внедрение систем компьютерного зрения дает возможность автоматизировать этот процесс, причем в реальном времени. По данным исследований, доля пропущенного брака при таком подходе снижается до 0,1 % [1].

Цель данной работы – исследовать, какие математические методы лежат в основе таких систем, и как они адаптируются для работы на конвейере.

Итак, как компьютер «видит» и подготавливает изображение. Если отвлечься от физики, цифровое изображение для компьютера – это набор чисел, организованных в матрицу $I(x, y)$. Здесь x, y – координаты пикселя, а I – его яркость [2]. Далее, прежде чем извлекать из этой матрицы полезную информацию, ее обычно подвергают предварительной обработке.

1. Фильтрация. Убираем шум.

В условиях реального производства без шумов не обойтись. Для их подавления применяются разные фильтры [3]. Например, фильтр Гаусса хорошо сглаживает высокочастотные помехи. Новое значение пикселя вычисляется по формуле.

$$G(x, y) = (1 / (2\pi\sigma^2)) \cdot exp(-(x^2 + y^2) / (2\sigma^2)),$$

где параметр σ определяет степень размытия. А если на изображении есть «битые» пиксели (импульсный шум), лучше использовать медианный фильтр: он заменяет центральный пиксель на медиану яркостей в его окрестности. При этом границы объектов практически не страдают.

2. Повышение контраста.

Иногда дефекты настолько слабоконтрастны, что их трудно различить даже глазом. В таких случаях помогает выравнивание гистограммы – преобразование $s = T(r)$, где r – исходная яркость, а s – новая. Благодаря этой операции яркости распределяются равномерно по всему диапазону, и даже мелкие царапины становятся заметными.

Сегментация и выделение признаков. После того как изображение очищено от шумов и приведено к удобному виду, нужно выделить на нем потенциально дефектные области.

Пороговая обработка: простой и адаптивный подход.

Самый прямолинейный способ – взять некоторый порог T и выполнить бинаризацию [4]: $g(x, y) = 1$, если $f(x, y) > T$, и 0 в про-

тивном случае. Но на практике освещение редко бывает идеально равномерным, поэтому порог приходится подбирать автоматически. Один из известных методов – алгоритм Оцу [5]. Он выбирает T таким образом, чтобы дисперсия яркостей внутри фона и внутри объекта была минимальной, а между ними – максимальной

Поиск границ.

Трещины, сколы, неровности обычно проявляются как резкие перепады яркости. Для их обнаружения вычисляют градиент. Оператор Собеля дает приближенное значение модуля градиента:

$$G = \sqrt{Gx^2 + Gy^2}$$

Если же нужны более тонкие и точные границы, прибегают к детектору Канни – он дает меньше ложных срабатываний и лучше выделяет линии [6].

После того как область возможного дефекта выделена, ее нужно описать количественно. Проще всего измерить геометрические характеристики: площадь (число пикселей), периметр, компактность. Но если деталь может быть повернута или снята с разного расстояния, эти признаки становятся нестабильными. Здесь на помощь приходят моменты Xy – они инвариантны к повороту и масштабированию [7]. Для поиска царапин или неоднородностей покрытия полезны текстурные признаки, например, получаемые из матрицы смежности (GLCM): контраст, энтропия, однородность.

Перейдем к вопросу, как отличить брак от нормы, имея набор признаков, нужно принять решение: изделие годное или дефектное?

Используем классические алгоритмы. Например, метод k-ближайших соседей (k-NN) работает по принципу «скажи мне, кто твои друзья…». Мы ищем в обучающей выборке k объектов, наиболее близких к нашему, и смотрим, какой класс преобладает. А метод опорных векторов (SVM) строит разделяющую гиперплоскость, которая максимально удалена от объектов разных классов. Для задач бинарной классификации (например, «брак» / «годен») он показывает хорошие результаты [8].

Используем нейросети: автоматическое извлечение признаков. Свёрточные нейронные сети (CNN) делают, по сути, то же самое, что и классические фильтры, но без участия человека:

$$S(i, j) = (I \cdot K)(i, j),$$

где I – входное изображение, K – ядро свертки.

Современные архитектуры вроде ResNet или YOLO способны выделять иерархию признаков – от простых рёбер до сложных форм. Выделим минус: для обучения требуется много размеченных примеров, что в реальном производстве не всегда доступно [9].

Практическое применение. Сегодня системы технического зрения уже активно используются в самых разных отраслях. В электронике – для контроля качества пайки, в пищевой промышленности – для сортировки овощей и фруктов, в металлургии – для обнаружения трещин на прокате, в автомобилестроении – для проверки сварных швов. Чтобы система работала стабильно, нужно обеспечить несколько условий: равномерное освещение, время обработки кадра не более 50 мс (иначе конвейер просто не успеет), а также устойчивость к небольшим смещениям детали. Экономический эффект от внедрения достигается за счет снижения доли брака и сокращения затрат на ручной контроль.

Таким образом, компьютерное зрение действительно стало мощным инструментом автоматизации контроля качества. Наилучшие результаты дает комбинация классических алгоритмов (фильтрация, сегментация, вычисление признаков) с современными методами глубокого обучения. В будущем, скорее всего, нас ждет интеграция таких систем в концепцию «Индустрия 4.0» и появление еще более быстрых алгоритмов, работающих в реальном времени прямо на конвейере.

Библиографический список

1. Васильев, В. И. Системы технического зрения в промышленности / В. И. Васильев // Автоматизация в промышленности. – 2020. – № 5. – С. 12–15.

2. Гонсалес, Р. Цифровая обработка изображений / Рафаэл С. Гонсалес, Ричард Е. Вудс, ; пер. с англ. Л. И. Рубанова, П. А. Чочиа, науч. ред. перевода П. А. Чочиа. – Изд. 3-е, испр. и доп. – М. : Техносфера, 2012. – 1103 с.

3. Обработка и анализ изображений в задачах машинного зрения : курс лекций и практических занятий / Ю. В. Визильтер [и др.]. – М. : Физматкнига (ФМ), 2010. – 671 с.

4. Новейшие методы обработки изображений / А. А. Потапов [и др.] ; под общ. ред. А. А. Потапова. - Москва : Физматлит, 2008. – 496 с.,

5. Прэтт, У. Цифровая обработка изображений / У. Прэтт ; пер. с англ. под ред. канд. техн. наук Д. С. Лебедева. – М. : Мир, 1982. – Кн. 1. – 310 с.

6. Введение в контурный анализ и его приложения к обработке изображений и сигналов : монография / Я. А. Фурман, А. В. Кревецкий, А. К. Передреев и др.; под ред. А. Я. Фурмана. – М. : Физматлит, 2002. – 588 с.

7. Кобзарь, А. И. Прикладная математическая статистика: для инженеров и науч. работников / А. И. Кобзарь. – М. : Физматлит, 2006. – 813 с.

8. Корнеев, Д. А. Методы опорных векторов в задачах промышленного контроля / Д. А. Корнеев // Вестник компьютерных и информационных технологий. – 2019. – № 8. – С. 33–39.

9. Краснов, А.Н. Внедрение нейросетей в контроль качества на производстве / А. Н. Краснов // Вестник машиностроения. – 2021. – № 3. – С. 45–48.

Интеграция интеллектуального анализа данных и сетевых моделей в прогнозировании и оптимизации телекоммуникационных сетей

В. А. Шефер
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – канд. пед. наук, профессор О. Н. Лучко

Хотя термин «интеллектуальный анализ данных» в его современном виде возник лишь в конце 1980-х годов (первые семинары по Knowledge Discovery in Databases были организованы в 1989 году), его методы и подходы формировались под влиянием более ранних достижений статистики, теории алгоритмов и теории принятия решений [1, с. 2]. Эти классические методы обеспечивают основу для построения прогнозных моделей и автоматического выявления структур в данных, что в контексте задач планирования сетей связи позволяет адаптировать конфигурацию сети к реальному распределению трафика и параметрам эксплуатации.

Развивающиеся информационные технологии увеличивают объем и уровень сложности хранимых информационных баз данных. В ходе чего, происходит ситуация, когда с помощью традиционных методов анализа, образованных на теории информационного поиска и математической статистике, сложно извлечь нужную информацию [2, с. 1]. Поэтому, возникает надобность в автомати-

зированном анализе данных больших объемов. Для этого применяют системы интеллектуального анализа данных (ИАД), которые выявляют нетривиальные, скрытые, содержательные закономерности в больших объемах сложно структурируемых данных.

ИАД связывает разные технологичные знания с совокупностью методов, присоединяя статистический анализ, методологию машинного обучения и искусственного интеллекта, поиск информации, технологичного построения и организованного построения хранилищ и баз данных, а также методов визуализации информации и модельной верификации [2, с. 2]. Эти технологии и методы в системах ИАД используются для решения классификационных, прогнозируемых задач, кластерного анализа, поиска подключений, выявления трендов и т.д.

Современные сети сотовой связи представляют собой сложные динамические системы, характеризующиеся высокой плотностью абонентов, многослойной архитектурой и разнообразием сервисов с различными требованиями к качеству обслуживания [3, с. 3]. В условиях развития стандартов 4G и 5G традиционные методы планирования сетей, основанные на статических моделях и эвристических подходах, оказываются недостаточно адаптивными к быстрым изменениям в трафике, распределении пользователей и параметрах радиочастотной среды. Это требует внедрения современных подходов, способных обрабатывать большие объемы данных и выявлять сложные закономерности в поведении сети.

Интеллектуальный анализ данных (Data Mining и Machine Learning) представляет собой совокупность методов и алгоритмов для извлечения скрытых закономерностей, прогнозирования и классификации на основе больших массивов данных. Такие методы позволяют не только описывать текущие состояния сети, но и предсказывать будущие тенденции нагрузок, аномалии, а также оптимизировать распределение ресурсов [4, с. 4]. В контексте телекоммуникационных сетей эти подходы уже демонстрируют значимый потенциал для улучшения операций по мониторингу, прогнозированию трафика, управлению ресурсами и качеством обслуживания.

Традиционные подходы к планированию сотовых сетей, основанные на эвристических алгоритмах, упрощённых радиомоделях и экспертных оценках, в условиях высокой динамичности трафика и неоднородности пространственно-временного распределения нагрузки оказываются недостаточно эффективными. Они не в пол-

ной мере учитывают сложные нелинейные зависимости между параметрами сети, а также ограничены в возможности адаптации к быстро изменяющимся условиям эксплуатации.

В этой связи особую актуальность приобретает применение методов интеллектуального анализа данных, включая машинное обучение, методы кластеризации, классификации и прогнозирования, позволяющих извлекать скрытые закономерности из больших массивов телекоммуникационных данных. Использование таких методов обеспечивает более точное моделирование поведения абонентского трафика, прогнозирование нагрузок и выявление узких мест в структуре сети, что является критически важным для эффективного планирования и модернизации сетей сотовой связи.

Дополнительные возможности для формализации и анализа структуры сотовых сетей предоставляет аппарат сетевых (графовых) моделей. Сетевые модели и графовые представления (Network/Graph Models) обеспечивают мощный математический аппарат для формализации структуры и топологии сетей, описания взаимоотношений между узлами, анализа связности, маршрутизации и оптимизации сетевых ресурсов [5, с. 92]. Комбинация графовых подходов с методами анализа данных позволяет строить более гибкие модели планирования сетей, которые учитывают как структурные особенности топологии, так и статистические зависимости в данных о трафике и поведении пользователей (например, прогноз пропускной способности, плотности абонентов, параметров покрытия и качества канала). Это особенно важно в современных сетях 5G и при переходе к будущим стандартам связи, где необходимо учитывать динамическую адаптацию сетевых параметров в реальном времени.

Выводы. Несмотря на многочисленные исследования, существующие подходы к интеграции интеллектуального анализа данных и сетевых моделей в рамках целостной методологии планирования сотовых сетей остаются фрагментарными. Ключевой научной задачей является разработка унифицированных моделей, способных учитывать как топологические характеристики сети, так и динамические паттерны трафика, а также оптимизировать процессы частотно-территориального планирования, прогнозирования ресурсов и обеспечения QoS на разных уровнях сети.

Таким образом, предложенное исследование по теме «Применение методов интеллектуального анализа данных и сетевых моде-

лей для планирования сетей сотовой связи» является актуальным с точки зрения развития теории и практики управления современными телекоммуникационными сетями. Исследование направлено на создание научно обоснованных, адаптивных, масштабируемых методов, которые способны повысить эффективность планирования и эксплуатации сетей связи нового поколения в условиях роста нагрузки, социальных и технических требований.

Библиографический список

1. Matera, F., Lombardo, C., Ricciato, F. Machine learning techniques for spatiotemporal traffic prediction in 5G cellular networks. Discover Applied Sciences. 2025, vol. 7, art. 6746. – URL: https://link.springer.com/article/10.1007/s42452-025-06746-3.

2. Кирьянова, Е. А. Модели и методы планирования сетей мобильной связи на основе анализа больших данных / Е. А. Кирьянова, Т. А. Серебрякова // Вестник науки. – 2018. – № 2 (2). – С. 15–16. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/metody-intellektualnogo-analiza-dannyh/viewer.

3. Zhang, Y., Wang, L., Chen, X. Digital twin enabled cellular network management and prediction. ICT Express. 2024, vol. 10, no. 1. pp. 45–53. – URL: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405959524000249.

4. Моделирование систем: учебник для студ. высш. учеб. заведений / С. И. Дворецкий, Ю. Л. Муромцев, В. А. Погонин, А. Г. Схиртладзе. – М. : Академия, 2009. – 320 с.

5. Salama, A. S. A survey of machine learning methods for network planning. Artificial Intelligence and IT. 2023, vol. 5, no. 2, pp. 89–104. – URL: https://dergi.neu.edu.tr/index.php/aiit/article/download/727/322?utm_source=chatgpt.com.

6. Piatetsky-Shapiro, G., Frawley, W. Knowledge discovery in databases. Menlo Park, Calif. : AAAI Press ; Cambridge, Mass. : MIT Press. – URL: https://archive.org/ details/knowledgediscove00greg.

7. Lykakis, E., Vardiambasis, I. O., Kokkinos, E. Data Traffic Prediction for 5G and Beyond: Emerging Trends, Challenges, and Future Directions: A Scoping Review. Electronics. 2025, vol. 14, no. 23, art. 4611. – URL: https://www.mdpi.com/2079-9292/14/23/4611.

8. Wang, S., Zhang, J., Letaief, K. B. Deep learning for wireless physical layer: Opportunities and challenges. IEEE Communications Magazine. 2019, vol. 57, no. 1, pp. 28–35. – URL: https://ieeexplore.ieee.org/document/8647321.

9. Bianchi, G., Giaccone, P., Leonardi, E. Traffic forecasting and capacity planning in mobile networks using data-driven approaches. Electronics. 2022, vol. 11, no. 4, art. 626. – URL: https://www.mdpi.com/2079-9292/11/4/626?utm_source=chatgpt.com.

Роль ИКТ в продвижении бренда «Иланские вести»

Н. В. Шкрадова
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент О. В. Попова

Современные информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) являются не просто каналами распространения, а производственной и коммуникационной основой, способной кардинально изменить процессы создания, дистрибуции, персонализации и монетизации контента [1]. Настоящий параграф содержит пакет практических рекомендаций по применению ИКТ, структурированных по ключевым направлениям цифрового развития бренда «Иланские вести». Рекомендации адресованы редакции и сгруппированы в соответствии с этапами дорожной карты.

Без надежной технологической базы все дальнейшие усилия будут неэффективны. Первоочередной задачей является создание профессиональной цифровой платформы.

Редизайн и перезапуск официального сайта на основе современных CMS. Необходимо отказаться от устаревшей платформы в пользу гибкой системы управления контентом (CMS), такой как 1С-Битрикс или WordPress с российским хостингом. Ключевые требования: обязательная адаптивная (mobile-first) верстка, высокая скорость загрузки (Core Web Vitals), встроенные инструменты SEO-оптимизации и безопасность [2].

Сайт должен стать не архивом статей, а медиацентром с четкой структурой: оперативная лента, мультимедийные разделы, интерактивные сервисы (афиша, карта).

Внедрение CRM-системы для управления аудиторией и рекламодателями. Для преодоления фрагментации данных рекомендуется внедрение простой CRM (например, на базе amoCRM или аналогичных российских решений). Это позволит консолидировать данные о подписчиках рассылок, контактах рекламодателей, партнерах и вести историю взаимодействий, что критически важно для персональных коммуникаций и продажи комплексных рекламных пакетов [3].

Настройка сквозной аналитики на основе Яндекса.Метрики и соцсетей. Необходимо выстроить систему отслеживания пользовательского пути от первого касания в соцсети или поиске до целевого действия на сайте (просмотр, подписка, отправка заявки). Интеграция Яндекс.Метрики с пикселями ретаргетинга ВКонтакте и Яндекс.Директа позволит не только анализировать трафик, но и эффективно возвращать ушедших пользователей и сегментировать аудиторию для точечных рекламных кампаний [4].

Контент должен перестать быть «цифровым двойником» газеты и начать создаваться с учетом данных и возможностей цифровых форматов.

Внедрение редакционных инструментов на основе анализа данных. Редакции следует использовать встроенную аналитику социальных сетей и веб-аналитики для A/B-тестирования заголовков, времени публикаций и форматов. Сервисы вроде Яндекс.Взгляд (краудсорсинговые опросы) или аналоги могут использоваться для выявления наиболее острых тем среди жителей до начала работы над материалом, реализуя логику социального слушания (social listening) [5].

Развитие мультимедийного сторителлинга с помощью доступных ИКТ. Для преодоления дефицита мультимедийности не обязательно дорогое оборудование. Рекомендуется:

• Подкастинг: Запуск регулярного подкаста «Голос района» на базе платформ Яндекс.Музыка и VK Музыка, используя бюджетные USB-микрофоны и бесплатный софт для записи/сведения (Audacity).

• Вертикальное видео: Создание коротких (15-60 сек.) репортажей, интервью-«сторис» и видео-дайджестов для VK Клипов и Яндекс.Дзена с мобильных телефонов по базовым правилам композиции и монтажа в приложениях типа InShot.

• Интерактивный контент: Использование бесплатных онлайн-конструкторов (e.g., Canva, Tilda) для создания инфографики, интерактивных тестов по истории района, фотогалерей с комментариями.

• Организация пользовательского контента (UGC) через цифровые платформы. Для вовлечения аудитории и краудсорсинга необходимо создать систему приема материалов. Помимо хештега #иланскиеновости в соцсетях, на сайте стоит внедрить форму для отправки новостей от жителей с возможностью загрузки фото/видео. Лучшие материалы должны публиковаться в специаль-

ной рубрике «Народный репортер» с указанием автора, что формирует чувство сопричастности [6].

Ключевая задача – не просто публиковать контент, а целенаправленно его продвигать и превращать внимание в лояльность и доход.

Создание системы умной email- и мессенджер-рассылки. Необходимо перейти от случайных рассылок к персонализированным. С помощью CRM и форм подписки на сайте собирать базу контактов и сегментировать ее (например: «родители», «бизнес», «краеведы»). Автоматизированные цепочки писем в UniSender или SendPulse (российские аналоги) с персонализированным контентом (афиша мероприятий для подписчиков из раздела «Культура») повышают релевантность и конверсию [7]. Параллельно развивать Telegram-канал (канал в Макс) как канал экстренных и главных новостей.

Использование технологий таргетированной и нативной рекламы. Цифровая монетизация требует ухода от баннерной слепоты. Рекомендуется:

1. Таргетинг в соцсетях: использовать глубокий таргетинг VK Рекламы по геолокации (Иланский район), интересам, возрасту для продвижения не только рекламных, но и важных редакционных материалов (социальные проекты, опросы) для увеличения охвата целевых групп.

2. Нативная интеграция: внедрение на сайте и в рассылках формата «партнерский материал» или «спецпроект», где рекламное сообщение местного бизнеса (например, открытие кафе) облекается в форму полноценного редакционного материала (интервью с владельцем, история создания), что повышает доверие и вовлеченность [8].

3. Разработка пилотных цифровых сервисов и премиум-доступа. Для создания новых источников дохода на этапе масштабирования можно запустить:

– Электронный архив с премиум-подпиской: предоставить бесплатный доступ к новостям за последний месяц, а за символическую плату (50-100 руб./мес.) – полный поисковый доступ ко всему архиву газеты с 1933 года, что востребовано исследователями, школами и ностальгирующей аудиторией.

– Сервис «Бизнес-актив»: Платная еженедельная рассылка для местного бизнеса с дайджестом тендеров, изменений в законода-

тельстве и сводкой экономических новостей района, создаваемая на основе мониторинга открытых источников.

Представленные рекомендации направлены на трансформацию редакции из производителя печатных текстов в цифровое медиапредприятие, которое создает мультиформатный контент на основе аналитики, распределяет его через умные каналы, вовлекает аудиторию в сотворчество и выстраивает диверсифицированную модель монетизации. Внедрение этих ИКТ-решений требует поэтапных инвестиций (в первую очередь, временных и кадровых), но именно они способны превратить «Иланские вести» из аутсайдера цифровой среды в ее полноценного и конкурентоспособного участника.

Библиографический список

1. Смирнов, С. С. Цифровые технологии в журналистике: инструменты, тренды, компетенции / С. С. Смирнов. – М. : Факультет журналистики МГУ, 2022. – 154 с

2. Губанов, Д. А. Веб-сайт СМИ как платформа для медиасервисов: принципы проектирования / Д. А. Губанов, А. А. Новикова // Медиаскоп. – 2021. – Вып. 4. – URL: http://www.mediascope.ru.

3. Петров, Н. С. CRM-системы для медиа: как повысить лояльность аудитории и доходы от рекламы / Н. С. Петров // Информационное общество. – 2023. – № 3. – С. 45–53.

4. Аналитический отчет: Рынок интернет-рекламы в России 2023-2025. – М. : АКАР, 2024. – 88 с.

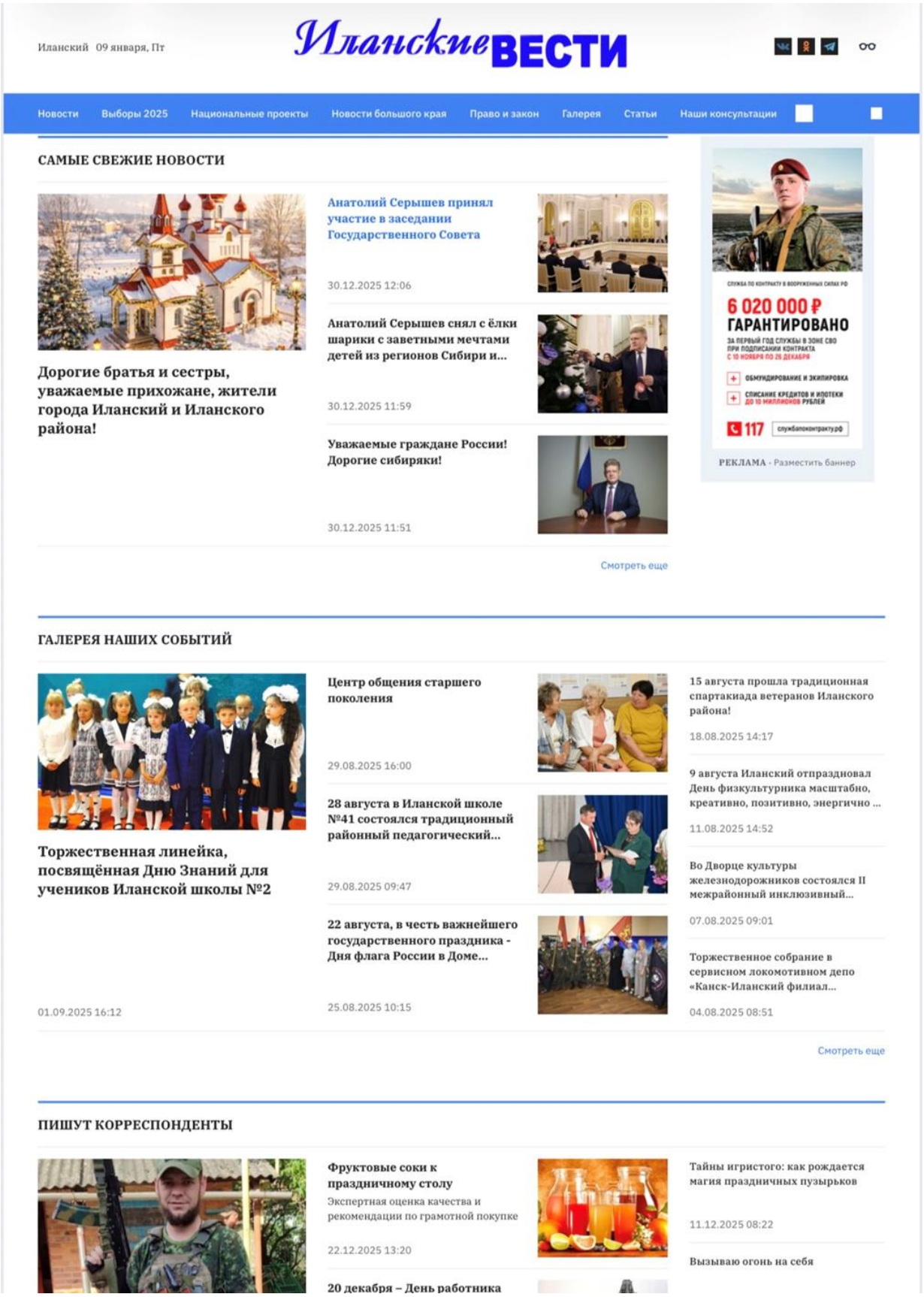
5. Data-журналистика в России: кейсы и технологии / М. М. Лукина (ред.). – СПб. : Изд-во СПбГУ, 2022. – 201 с.

6. Шомова, С. А. От участия к соавторству в современных медиа / С. А. Шомова // Вестник РГГУ. Серия «Литературоведение. Журналистика». – 2021. – № 3. – С. 120–135.

7. Беспалова, Д. М. Email-маркетинг для медиа: стратегии удержания и монетизации аудитории / Д. М. Беспалова // Цифровые коммуникации. – 2024. – № 1 (21). – С. 34–42.

8. Вартанова, Е. Л. Нативная реклама в системе медиабизнеса: новые этические и экономические вызовы / Е. Л. Вартанова, А. В. Толоконникова // Медиаальманах. – 2022. – № 5. – С. 18–27.

Скрин интерфейса сайта газеты «Иланские вести»



НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ

Не кочегары мы, не плотники...

19.12.2025 10:25

Зажигая маленькие сердца

11.12.2025 13:33

От чистого истока в прекрасное далеко мы продолжаем путь

05.12.2025 10:13

Ожившая история

28.11.2025 15:32

Стратег, фокусник и немного фея

28.11.2025 14:32

И врачеватели, и воспитатели, и волшебники

20.11.2025 14:10

Ломая стереотипы

19.11.2025 13:46

Крепче за баранку держись, шофер

23.10.2025 10:34

Смотреть еще

ПОЗДРАВЛЯЕМ!

Уважаемые работники и ветераны энергетической отрасли!Примите самые искренние поздравления с...

22 декабря

Уважаемые работники и ветераны энергокомплекса Красноярского края! Поздравляем вас с...

22 декабря

Уважаемые родители больших и дружных семей!От всей души поздравляем вас с Днём многодетной семьи!

21 декабря

Дорогие земляки!Поздравляю вас с Днём многодетной семьи!

21 декабря

Смотреть еще

МИР ГЛАЗАМИ НАШИХ ЧИТАТЕЛЕЙ

Фотографии Анастасии Ковалевой

13 марта

Фотографии Полины Биттер

01 февраля

Фотографии Юлии Вечеркиной

01 февраля

Фотографии Александра Ходосевича

01 февраля

Смотреть еще

ПОЛЕЗНЫЕ СОВЕТЫ

Фестиваль мужских хоров

26.08.2024 10:31

Новый сезон – новые заботы

08.11.2023 13:42

Меры поддержки семьи

04.09.2024 10:30

Ночь кино 2024

21.08.2024 12:00

Питаемся правильно

Всем известно, что режимы работы организма человека в теплое и...

08.11.2023 13:46

укреплять иммунитет

11.10.2023 09:53

Афиша 6+

05.10.2023 11:02

Афиша 6+

05.10.2023 11:01

Смотреть еще

ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ!

Осторожно: тонкий лед!

Памятка

20.11.2023 13:12

Наука - это красиво"

Размещено в рамках десятилетия науки и технологий, объявленного...

06.07.2023 15:13

В Красноярский край пришла настоящая жара

❗ Чтобы такая температура не навредила здоровью, следует...

05.06.2023 11:18

Неделя отказа от табака

02.06.2023 15:23

Сколько стоит сходить на пикник в 2023 году

18.05.2023 15:12

Уровень образования в Красноярском крае(по данным Всероссийских переписей...

18.05.2023 11:45

Тонкий лед!

07.11.2022 13:25

Про то, как часто и какими социальными сетями пользуются наши соотечественники

02.11.2022 08:07

Смотреть еще

Администрация города Иланский

adm-ilansk.ru

Красноярский край. Официальный портал

www.krskstate.ru

Госуслуги

www.gosuslugi.ru

Администрация Иланского района

ilansk-adm.org

Иланские вести

Учредитель КГАУ Редакция газеты "Иланские вести"

Адрес редакции

663801, Красноярский край, Иланский район, г. Иланский, ул. Набережная, д. 44

Телефон редакции:

+7 391 733 22 97

Адрес электронной почты редакции:

ilanskwesti@mail.ru

Главный редактор:

Осмоловская Татьяна Геннадьевна

Сетевое издание официальный сайт "Иланские вести"
Свидетельство о регистрации СМИ Эл №ФС77-69524 выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) 25.04.2017 года.

На официальном сайте газеты "Иланские вести" используется сервис метрических программ "Яндекс Метрика". Пользуясь сайтом Вы даете согласие на использование метрических программ "Яндекс Метрика"

© 2026. Все права защищены. 12+ Пользовательское соглашение Использование cookie-файлов

Коммуникации, ориентированные на поколение Z и Alpha: ценности, платформы (TikTok, Twitch, Roblox) и язык

А. А. Янн
Омская гуманитарная академия, г. Омск
Научный руководитель – канд. пед. наук, профессор О. Н. Лучко

Современные коммуникации переживают ускоренную трансформацию под влиянием цифровизации и платформоцентричной экономики контента. Высокая роль пользовательского творчества формируют новые правила взаимодействия между брендами и аудиторией. Поколение Z (родившиеся ориентировочно в середине 1990-х – середине 2010-х) и поколение Alpha (рожденные после 2010 года) – ключевые аудитории для большинства брендов в ближайшие 10–15 лет. Они формируют тренды потребления, диктуют правила верификации информации и задают новые стандарты языка, визуала и этики брендов.

Актуальность темы обусловлена несколькими факторами. Во-первых, поколения Z и Alpha уже являются ключевыми потребителями, определяющими тренды на рынке товаров и услуг. Их покупательная способность и влияние на семейные решения постоянно растут. Во-вторых, традиционные каналы и методы коммуникации, эффективные для старших поколений, часто оказываются нерезультативными или даже контрпродуктивными при работе с цифровыми аборигенами. В-третьих, стремительное развитие и доминирование таких платформ, как TikTok, Twitch и Roblox, требует глубокого анализа их функционала, аудиторных характеристик и уникальных коммуникационных механик. Неспособность адаптироваться к этим изменениям грозит потерей релевантности и конкурентоспособности. Таким образом, исследование коммуникаций, ориентированных на поколения Z и Alpha, является фундаментальной задачей для современной маркетинговой и PR-практики.

Цель исследования заключается в формулировке универсальной комплексной стратегии коммуникаций, ориентированных на поколения Z и Alpha, с учетом их ценностей, особенностей языка и специфики целевых платформ (TikTok, Twitch, Roblox).

Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи:

– описать ключевые ценности поколений Z и Alpha;

– проанализировать функционал, контентные возможности и аудиторные характеристики платформ TikTok, Twitch и Roblox;

– исследовать язык коммуникации, характерный для этих поколений и платформ: вербальные и невербальные коды, мемы, звуковые и визуальные тренды;

– сформировать практические рекомендации и ключевые показатели эффективности (KPI) для разработки и реализации коммуникационных кампаний.

Таким образом, объектом исследования являются коммуникационные процессы, осуществляемые брендами и организациями в цифровой среде.

Предметом исследования выступают особенности коммуникационных стратегий, контентных форматов, языковых и семиотических средств, а также выбор платформ (TikTok, Twitch, Roblox) при взаимодействии с поколениями Z и Alpha.

Практическая значимость работы заключается в предоставлении конкретных рекомендаций и методологических инструментов для разработки и реализации эффективных коммуникационных кампаний. Результаты исследования могут быть использованы маркетологами, PR-специалистами, SMM-менеджерами и креативными агентствами для оптимизации взаимодействия с молодой аудиторией, повышения узнаваемости бренда, лояльности и, как следствие, коммерческих показателей.

Понятие поколения: Z и Alpha. Понятие «поколение» традиционно используется в социально-гуманитарных науках для обозначения совокупности индивидов, родившихся в схожие хронологические рамки и переживших сходные историко-социальные условия, которые формируют общие ценности, установки и модели поведения [5]. При анализе цифровой культуры и коммуникаций важнее не столько строго годовые границы, сколько медиакультурный опыт и условия социализации, которые определяют способы восприятия информации и взаимодействия в сети [1, 3].

Поколение Z (Gen Z). В академической и прикладной литературе крупные исследования обычно устанавливают примерно такие границы: середина 1990-х – примерно 2010 год рождения. Gen Z назы-

вают первым «настоящим цифровым поколением» – это люди, чье взросление прошло в условиях массовой доступности интернета, распространения смартфонов и социальных сетей. Они отличаются высокой цифровой грамотностью, привычкой к мультимедийному потреблению и особой чувствительностью к аутентичности коммуникаций [3, 4].

Ключевые характеристики Gen Z:

• Многоплатформенное и мультимодальное потребление. Короткие видео, сторис, стримы и тексты используются по задаче; внимание распределяется между несколькими источниками одновременно [11].

• Скептицизм к традиционной рекламе и институтам. Доверие смещено в сторону «реальных» людей – креаторов и сверстников – и результатов, а не деклараций бренда [6].

• Высокая ценность аутентичности и прозрачности. Маркетинговые месседжи, не подкреплённые действиями, быстро дискредитируются в сообществе [3].

• Социальная и экологическая ориентированность. Многие представители поколения при выборе продуктов обращают внимание на CSR-инициативы (Certificate Signing Request – запрос на подпись сертификата) и реальную ответственность компаний [6, 7].

Ключевые характеристики Gen Alpha:

• Ранний опыт взаимодействия с интерактивными интерфейсами. Игры, обучающие приложения и голосовые ассистенты формируют когнитивные и коммуникационные навыки с раннего возраста [12].

• Потребность в визуальном и игровом опыте. Визуальная семиотика, анимация, аватары и игровые сценарии становятся основным языком коммуникации [10, 16].

• Уязвимость и требовательность к безопасности. Поскольку аудитория младшая, возлагаются дополнительные требования к защите данных, модерации и прозрачности микротранзакций [10].

• Взаимодействие с виртуальной экономикой. Ранняя привычка к покупкам внутри игр и владению цифровыми предметами формирует будущие потребительские паттерны [16].

Язык коммуникации: стиль, мемы, звуковая и визуальная семиотика.

Вербальная коммуникация с поколениями Z и Alpha переживает процесс радикальной деформализации. Традиционный корпора-

тивный дискурс, построенный на иерархии, обезличенности и пассивных конструкциях («сообщаем», «информируем», «рекомендуем»), он семиотически маркирует бренд как устаревший, дистанцированный и неискренний.

Тон и стиль должны имитировать общение «на равных», характерное для горизонтальных связей в цифровых сообществах [9]. Это не означает панибратства, но предполагает:

• Человечность и субъектность. Использование местоимения «мы» в значении «мы с вами», а не «компания», рассказ от первого лица, демонстрация «закулисья».

• Краткость и ёмкость. Синдром дефицита внимания и доминирование визуального восприятия требуют упаковки сложных мыслей в 1-2 ключевых тезиса, выраженных простым, энергичным языком. Длинные нарративы разбиваются на серии или переводятся в визуальный ряд [18].

• Эмоциональная окраска. Язык должен передавать эмоцию, например, энтузиазм, удивление, здоровый скепсис, – что делает сообщение живым и relatable (контент, вызывающий у аудитории ощущение связи и узнавания себя).

Визуальная семиотика для поколения, смотрящего без звука. Статистика показывает, что значительная часть контента потребляется в публичном пространстве или в многозадачном режиме без звука. Это порождает параллельный визуальный язык:

• Текст-оверлеи (текст поверх видео). Не субтитры в классическом понимании, а динамичные, стилизованные надписи, выделяющие ключевую мысль, реакцию или вопрос. Они дублируют и усиливают вербальное сообщение [14].

• Эмодзи и стикеры. Они функционируют как визуальные аббревиатуры, передающие сложные эмоции, отношения и выступающие элементами интерфейса (например, как CTA). Их использование требует культурной чуткости, так как значение может различаться в разных субкультурах [19].

• Цвет, свет, скорость. Высокая контрастность, специфические цветовые палитры («эстетика»), неестественно быстрая или замедленная съемка – всё это сигналы, мгновенно считываемые аудиторией и указывающие на жанр и настроение контента.

• Невербальное поведение и паралингвистика в кадре. На платформах живого общения (Twitch, Instagram[1] Live) и в личных видеообращениях (сторис, TikTok) огромную роль играет невербальная коммуникация создателя.

• Мимика и жесты. Преувеличенные реакции, «говорящий» взгляд в камеру, язык жестов, характерный для конкретного стримера, создают эффект интимного присутствия и доверия [9].

• Окружение и детали. Фон в кадре (игровая комната, гик-атрибутика, бытовой беспорядок) становится частью личного бренда и работает на аутентичность.

Владение этим многомерным языком – необходимое, но не достаточное условие успеха. Техническая грамотность должна быть подчинена более высокой цели – формированию и поддержанию аутентичного голоса бренда, который наполняет их подлинным смыслом, соответствующим ценностям как самой аудитории, так и компании.

Модерация, сообщество, управление рисками. Эффективная модерация является продуманной системой, интегрирующей технологии, человеческие ресурсы и чёткие процедуры. Для оперативной реализации этих принципов на практике и минимизации рисков упустить критически важный шаг рекомендуется применять детальный чек-лист модерации (см. Приложение № 3), который покрывает ключевые аспекты. От назначения команды и настройки фильтров до протоколов работы с инцидентами и соблюдения правовых норм для детской аудитории.

Управление репутационными рисками требует интегрированного подхода:

• Due Diligence (должная осмотрительность) при выборе инфлюенсеров. Анализ не только статистики, но и истории высказываний, предыдущих скандалов, ценностных alignment (правильных положений элементов) с брендом [9].

• Прописанные в договоре с создателями обязательства по соблюдению правил бренда и платформы, а также чёткие сценарии действий на случай форс-мажорных обстоятельств (план В) [13].

• Приготовленная «дорожная карта» антикризисного реагирования. Назначенные ответственные, шаблоны первых комментари-

[1] Компания Meta Platforms Inc. (владелец Facebook и Instagram) признана экстремистской организацией и запрещена на территории Российской Федерации по решению Тверского суда г. Москвы от 21 марта 2022 года.

ев, сценарии эскалации, план коммуникации с публикой. Скорость и искренность реакции в кризисной ситуации часто важнее, чем сам факт его возникновения [20].

Коммерческая конверсия и оценка ROI. Наиболее полная картина эффективности складывается при использовании Balanced Scorecard (сбалансированной системы показателей), объединяющей [8, 17]:

1. Short-term KPI (Key Performance Indicators – ключёвые показатели эффективности) платформ (просмотры, вовлечённость, конверсия) – тактический результат.

2. Качественные метрики восприятия (тональность, brand lift – рост бренда) – качество воздействия.

3. Long-term финансовые и брендовые метрики (ROAS, LTV, удержание) – стратегическая отдача.

Только такой комплексный подход позволяет отчитаться о проделанной работе и получить actionable insights (действенные выводы) для оптимизации будущих стратегий, доказать ценность инвестиций в сложные форматы взаимодействия и, в конечном итоге, построить экономически устойчивую модель коммуникаций с цифровыми поколениями.

Наиболее полная картина эффективности складывается при использовании Balanced Scorecard, объединяющей тактические KPI платформ, качественные метрики восприятия и долгосрочные финансовые показатели. Для практического применения рекомендуем использовать структурированный шаблон KPI (см. Приложение № 2), который позволяет консолидировать все уровни метрик, привязать целевые значения к бюджету и историческим данным бренда, обеспечивая тем самым комплексный data-driven (управляемый данными) подход к оценке кампаний для поколений Z и Alpha.

Шаблон брифа (краткий кейс). Эффективный бриф – это приглашение к ко-творчеству. Он должен предоставить создателю всю необходимую информацию для принятия решений, сохранив пространство для его уникального голоса и креативного подхода (см. детальный шаблон в Приложении № 1). Его структура включает:

1. Контекст и цель – краткая информация о бренде, продукте и SMART-цели кампании (конкретной, измеримой, достижимой, релевантной, ограниченной по времени).

2. Портрет целевой аудитории – описание в терминах поведения и ценностей («подростки 14-17 лет, увлекающиеся скейтбордингом и альтернативной модой, проводящие время в TikTok и Discord, ценящие локальные комьюнити и бунт против шаблонов»).

3. Ключевой инсайт – глубокое наблюдение о потребности, страхе или желании аудитории, на котором строится вся коммуникация [7].

4. Big Idea и ключевое сообщение – сердцевина кампании и одна главная мысль, которую должен усвоить зритель.

5. Платформы, форматы и обязательные элементы – конкретика по каждому каналу (например, для TikTok: 2 видео, использование фирменного AR-эффекта и хэштега #НазваниеЧелленджа).

6. KPI партнерства – какие конкретные, измеримые результаты ожидаются от работы создателя (например, не менее 100K просмотров, вовлеченность выше 5 %, 500 активаций промо-кода) [17].

7. Бюджет, сроки и юридические аспекты – прозрачные условия сотрудничества, дедлайны и обязательные дисплейсы [15].

8. Гайдлайн по бренду и безопасности – пожелания по тону, запрещенные темы, инструкции по модерации комментариев [20, 2].

Четкий бриф и алгоритм минимизируют риски, но не исключают их полностью. Работа в публичном, динамичном цифровом поле всегда сопряжена с потенциальными кризисами. Поэтому финальным элементом практической подготовки должно быть предвосхищение ошибок и создание системы антикризисного реагирования.

Заключение. Проведенное исследование позволило системно раскрыть многогранную специфику коммуникаций, ориентированных на поколения Z и Alpha, и сформулировать целостную стратегическую модель для эффективного диалога брендов с этими аудиториями. Работа последовательно продемонстрировала, что успех в новой цифровой среде не может быть достигнут через механическое перенесение устаревших медийных моделей. Он требует фундаментального переосмысления подходов, основанного на глубоком понимании трех взаимосвязанных элементов: ценностного кода аудитории, логики платформенных экосистем и семиотики цифрового языка.

В перспективе дальнейшего исследования лежит изучение влияния стремительно развивающихся технологий, таких как искусственный интеллект в генерации контента, дополненная реаль-

ность (AR) нового поколения и полноценные межплатформенные метавселенные, на эволюцию коммуникационных моделей поколений Alpha и следующих за ними. Однако уже сейчас ясно, что принципы аутентичности, соучастия и ориентации на ценность, сформулированные в данной работе, останутся основным фундаментом успешного диалога брендов с цифровым будущим.

Библиографический список

1. Boyd, D. It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens. Yale University Press, 2014. 281 p.

2. Hargittai, E., Marwick, A. E. (). "What Can I Really Do?": Explaining the Privacy Paradox with Online Apathy. International Journal of Communication. 2016, no. 10, pp. 3737–3757.

3. Twenge, J. M. iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy – and Completely Unprepared for Adulthood. Atria Books, 2017. https://archive.org/details/igenwhytodayssup0000twen.

4. Seemiller, C., Grace, M. Generation Z Goes to College. Jossey-Bass, 2016. 320 p.

5. McCrindle, M. The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations. McCrindle Research Pty Limited, 2014. 269 p.

6. Anderson, M., Jiang, J. Teens, Social Media & Technology 2018. Pew Research Center, 2018. https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018.

7. The Deloitte Global 2022 Gen Z and Millennial Survey. Deloitte, 2022. https://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/genzmillennialsurvey.html.

8. Francis, T., Hoefel, F. 'True Gen': Generation Z and its implications for companies. McKinsey & Company, 2020. https://www.mckinsey.com/industries/ consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-impli-cations-for-companies.

9. Abidin, C. Internet Celebrity: Understanding Fame Online. Emerald Group Publishing, 2018. 192 p.

10. Children and Parents: Media Use and Attitudes. Report 2020. Ofcom. https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/childrens/ children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2020.

11. Creative Center & Best Practices. TikTok For Business. Retrieved October 26, 2023. https://www.tiktok.com/business/creativecenter.

12. Roblox Investor Relations: Resources. Roblox Corporation, 2023. https://ir.roblox.com/resources/default.aspx.

13. Twitch. (n.d.). Advertising. Retrieved October 26, 2023. https://www.twitch.tv/advertising.

14. Social Media – Statistics & Facts. Statista, 2023. https://www.statista.com/topics/1164/social-networks.

15. Federal Trade Commission (FTC). (n.d.). Children's Online Privacy Protection Act (COPPA). Retrieved October 26, 2023. https://www.ftc.gov/legal-library/browse/rules/childrens-online-privacy-protection-rule-coppa.

16. Mau, D. Nike Acquires RTFKT, a Digital Sneaker Startup. Fashionista. 2021, December 14. https://fashionista.com/2021/12/nike-rtfkt-acquisition-digital-sneakers.

17. Google & Ipsos. The Value of Google: How Search Ads Create Value for People, Businesses, and the Economy, 2019.

18. Simon, H. A. (1971). Designing Organizations for an Information-Rich World. In M. Greenberger (Ed.), Computers, Communications, and the Public Interest (pp. 37–72). The Johns Hopkins Press. https://gwern.net/doc/design/1971-simon.pdf.

19. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons. 2010, no. 53 (1), pp. 59–68.

20. Grimmelmann, J. Regulation by Software. Internet Policy Review. 2015, no. 4 (2). DOI: 10.14763/2015.2.364.

Приложение 1

БРИФ НА РАЗРАБОТКУ КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ

Данный опросный лист поможет более четко понять цели и задачи для разработки коммуникаций, ориентированных на поколения Z и Alpha.

Клиент:	*[Название компании/Бренда]*
Дата:	*[Дата заполнения]*
Контактное лицо:	*[ФИО]*
Телефоны:	*[Номер телефона]*
E–mail:	*[Адрес электронной почты]*
Сайт *(если есть)*:	*[URL сайта]*
Желаемые сроки:	*[Например, запуск первой пилотной кампании в течение 2 месяцев]*
Бюджет проекта: ***(возможны рамки от и до)***	*[Указать рамки или ожидания]*
Формат подбора исполнителя:	☐ Открытый конкурс ☐ Закрытый тендер ☐ Сравнение предложений ☐ Мы – единственные исполнители ☐ Другое *(вписать)*

1. ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ (ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ).

1.1. Полное название организации:
[Вписать]
1.2. Общие сведения о компании, сферы деятельности:
[Краткое описание: например, ритейл одежды, fintech-сервис, FMCG-бренд, образовательная платформа и т.д.]
1.3. Описание основных товаров или услуг:
[Что именно вы продаете или предлагаете?]
1.4. К какому ценовому диапазону относятся товары или услуги компании:
☐ Ниже среднего ☐ Средний ☐ Выше среднего ☐ Премиум/Дорогие
1.5 Стадия жизненного цикла товаров или услуг:
☐ Выведение на рынок, этап формирования рынка *(наиболее типично для работы с новыми поколениями)* ☐ Активный рост рынка ☐ Замедление роста, зрелость ☐ Спад, сужение рынка ☐ Другое *(вписать) [При необходимости]*

2. ЦЕЛИ И ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ (СТРАТЕГИЯ).

2.1. Цели проекта:
[Каких результатов вы хотите добиться с помощью коммуникаций для Gen Z и Alpha?]

☐ Вывод на рынок нового товара или бренда
☐ Формирование долгосрочной лояльности и узнаваемости у новой аудитории
☐ Увеличение вовлеченности (ER, просмотры, UGC) на цифровых платформах
☐ Продвижение конкретной акции/предложения
☐ Вход в новые digital-экосистемы (метавселенные, геймификация)
☐ Другое *(вписать) [Например, улучшение имиджа/репутации среди молодежи]*

2.2. Что именно необходимо продвигать?
[Опишите конкретный продукт, линейку, сервис или общий бренд, который будет фокусом кампании. (Например: "Новая экологичная линейка одежды", "Мобильное приложение для обучения", "Бренд в целом с акцентом на его ценности").]

2.3. Чем ваш продукт/услуга/бренд полезен для поколений Z и Alpha?
[Какие ценности и проблемы новой аудитории вы можете закрыть? (Например: самовыражение через продукт, забота об экологии, удобство digital-сервиса, финансовая грамотность, инклюзивность, поддержка ментального здоровья). Есть ли цифровое или социальное УТП?]

2.4. Описание целевой аудитории (фокус - Gen Z и Alpha):
Основные сегменты:
-Gen Z (16-27 лет): студенты, молодые специалисты. Ценности: аутентичность, инклюзивность, практическая польза, развлечение.
-Alpha (до 13 лет) + их родители (миллениалы): дети-цифровые нативы, влияние на семейные покупки.
[Уточните для вашего бренда: пол, возрастные подгруппы, интересы (гейминг, мода, музыка, образование), стиль жизни.]

2.5. Потребности пользователей:
[Какие задачи/проблемы решает ваш бренд для этой аудитории? (Например: потребность в самопрезентации в соцсетях (TikTok), поиск комьюнити по интересам (Twitch), развлечение и социализация в играх (Roblox), желание поддерживать устойчивые бренды).]

3. КОНКУРЕНТЫ.

3.1. Прямые конкуренты:
[Перечислите 3-5 основных конкурентов, которые уже активно работают с Gen Z/Alpha. Что они делают хорошо (успешные челленджи в TikTok, коллабы с геймерами, активность в Roblox)? Что у них получается плохо или отсутствует?]

3.2. Отличительные преимущества (Позиционирование для новой аудитории):
[Как ваш бренд может говорить на языке Z & Alpha лучше конкурентов? В чем ваша уникальная цифровая или ценностная история? (Например: "Мы единственные в категории проводим интерактивные стримы с экспертами на Twitch", "Наш продукт позволяет создавать уникальный контент для TikTok").]

4. ИНФОРМАЦИЯ О ЗАДАЧЕ.

4.1. Информация по прошлому продвижению *(если было)*:
[Был ли опыт коммуникаций на платформах TikTok, Twitch, Roblox и т.д.? Какие были результаты? Что не сработало? Почему решили менять подход?]

4.2. Какие на ваш взгляд направления продвижения наиболее приоритетны для этой задачи?

☐ Продвижение в социальных сетях (SMM) - ВЫСОКИЙ ПРИОРИТЕТ
☐ Контент-маркетинг (создание специализированного контента) - ВЫСОКИЙ ПРИОРИТЕТ
☐ Таргетинг и ремаркетинг в социальных сетях
☐ Работа с инфлюенсерами (микро-, нано-, лидеры мнений в нише)
☐ Организация виртуальных ивентов (метавселенные, игры)
☐ Вирусная реклама и запуск челленджей
☐ Другое *(вписать) [Например, развитие бренда внутри игровых платформ]*

4.3. Показатели/KPI, по которым вы планируете оценивать эффективность?
(Примеры для разных целей):
-Вовлеченность: средний ER в TikTok > 5%, количество UGC-публикаций с хештегом.
-Охват: > 1 млн показов за кампанию.
-Комьюнити: рост подписчиков на ключевых платформах на X%
-Конверсия: количество установок приложения, переходов на сайт, активаций промокода из описания стримера.
-Имидж: улучшение тональности упоминаний в целевых сообществах.

4.4. Какова максимально допустимая стоимость 1 лида/действия?
[Указать ожидания, например: стоимость перехода на сайт (CPC), стоимость вовлеченного действия (лайк, комментарий), стоимость установки приложения (CPI).]

4.5. Ваши предпочтения по SMM-инструментам и платформам:

☐ Создание и развитие сообществ бренда в TikTok, Twitch, Discord
☐ Работа с инфлюенсерами и блогерами
☐ Вирусная реклама и пользовательский контент (UGC)
☐ Создание иммерсивного опыта в Roblox (игры, виртуальные пространства)
☐ Использование интерактивных форматов (LIVE, голосования, QA)
☐ Другое *(вписать) [Например, создание AR-фильтров для Instagram/Snapchat]*

4.6. Регионы работы:
[Страна/страны, где представлен бренд]

4.7. Желаемые регионы продвижения вашей компании, товаров или услуг:
[Часто совпадает с п.4.6, но может быть уже/шире]

4.8. Наличие исходных материалов:

☐ Описание и история бренда/компании
☐ Брендбук/фирменный стиль
☐ Имиджевые фотографии продукта/бренда
☐ HD-фото товаров или услуг
☐ Видеоматериалы компании
☐ Рекламные видеоролики
☐ Доступ к продукту/услуге для тестирования
☐ Другое *(вписать) [Например, аккаунты в соцсетях, прошлые креативы]*

5. ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ.

5.1. Список дополнительных услуг, которые вам так же могут понадобиться:

☐ Аудит текущего присутствия бренда в цифровой среде
☐ Исследование целевой аудитории (ценности, поведение в сети)
☐ Разработка тона коммуникаций и глоссария (язык Gen Z/Alpha)
☐ Мониторинг трендов и digital-культуры
☐ Фото/Видео съемка в специфичных для платформ форматах (вертикальное видео, стримы)
☐Разработка геймифицированных механик или виртуальных активов (для Roblox)
☐ Другое *(вписать) [При необходимости]*

5.2. Любая дополнительная, полезная по проекту информация:
[*Здесь можно указать:*
-Ключевые опасения по работе с аудиторией Z/Alpha (например, риск негативной реакции).
-Примеры кампаний других брендов (не прямых конкурентов), которые вам нравятся
-Внутренние ограничения (например, строгие гайдлайны, которые необходимо творчески адаптировать).
-Наличие внутренней команды или ambassadors из числа сотрудников поколения Z.]

Дата заполнения:
Подпись ответственного лица:

Приложение 2

ШАБЛОН KPI: КОММУНИКАЦИИ ДЛЯ ПОКОЛЕНИЯ Z И ALPHA.

1. Платформенно-ориентированные KPI.

1.1. TikTok.

Группа KPI	Конкретный KPI	Целевое значение	Комментарий
Вирусность и охват	Количество Views (просмотров)	> 500K на топовый ролик	Ориентир для успешного контента
	Коэффициент Shares/Views (виральности)	> 5 %	Показатель «желания делиться»
Вовлечённость	Engagement Rate (ER)	8-12 %	Лайки + комменты + репосты / просмотры * 100 %
	Average Watch Time (среднее время просмотра)	> 65 % от длины видео	Показатель удержания внимания
Сообщество	Followers Growth (прирост подписчиков)	+10 % в месяц	Органический рост
	Trend Participation (участие в трендах)	3-5 трендов в месяц	Интеграция в актуальный контекст
Конверсия	Link Clicks (клики по ссылке в профиле)	CTR > 2 %	Эффективность призыва к действию

1.2. Twitch.

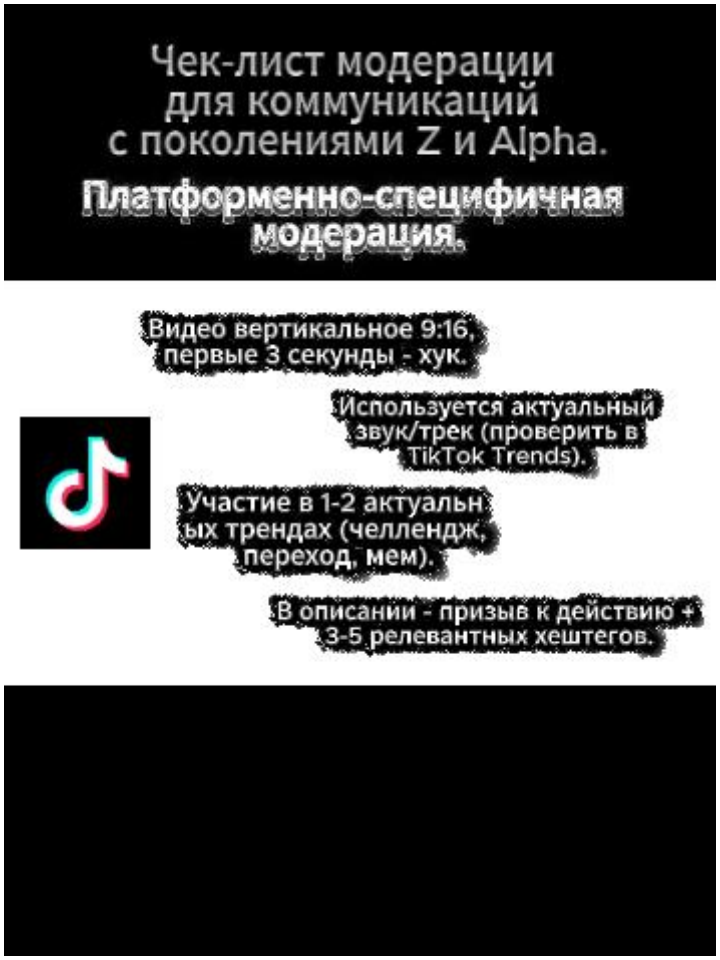
Группа KPI	Конкретный KPI	Целевое значение	Комментарий
Аудитория стрима	Пиковое количество concurrent viewers (CCV)	Зависит от категории: 500+ для нишевого, 5K+ для крупного	Показатель живого интереса
	Average View Duration (среднее время просмотра на человека)	> 20 минут	Удержание внимания на длинном контенте
Взаимодействие	Chat Messages per Viewer (активность чата)	> 0.5 сообщений на зрителя	Уровень интерактивности
	Poll Participation Rate (участие в опросах/голосования)	> 15 % от CCV	Вовлечённость в интерактивные форматы
Коллаборации	Follower Gain from Stream (прирост подписчиков бренда с стрима)	200+ новых подписчиков за стрим	Эффективность интеграции
	Branded Command Usage (использование брендированных команд/алертов)	100+ использований	Внедрение в геймифицированную механику

1.3. Roblox.

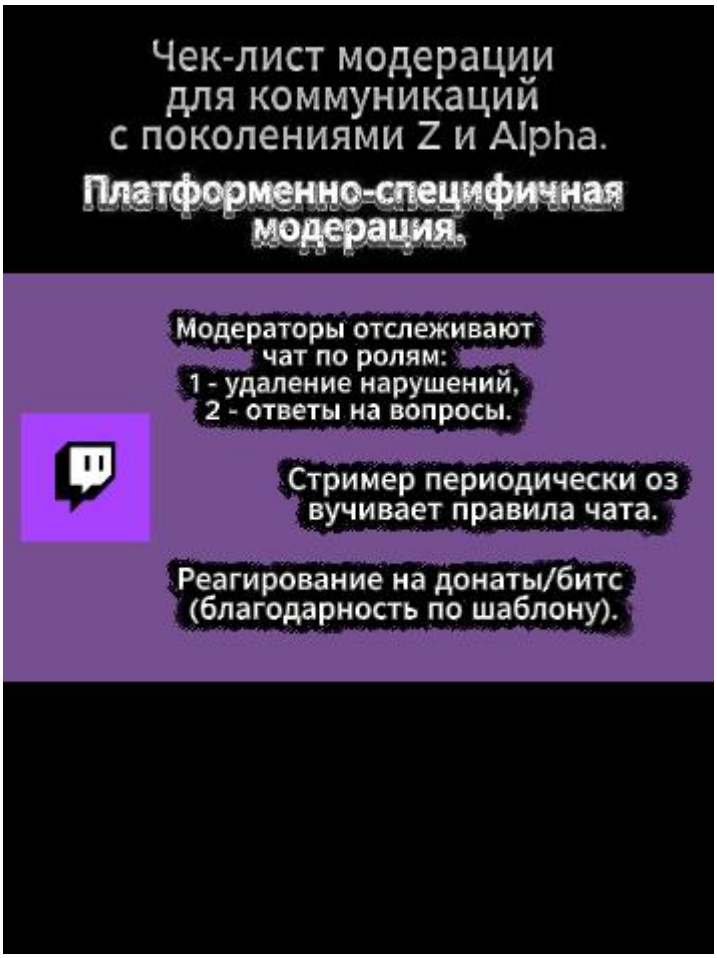
Группа KPI	Конкретный KPI	Целевое значение	Комментарий
Посещаемость	Visits (посещения опыта/игры)	100K+ за месяц запуска	Показатель популярности виртуального пространства
	Unique Visitors (уникальные посетители)	50K+ за месяц	Ширина охвата
Вовлечённость в игре	Average Session Duration (среднее время сессии)	> 15 минут	Глубина погружения
	Retention Rate (количество повторных посещений), Day 7	> 25 %	«Липкость» и ценность опыта
Виртуальная экономика	Item Adoptions (количество использований/покупок брендированных виртуальных товаров)	10K+	Принятие digital-мерча
	UGC-творчество: количество созданных аватаров/объектов с брендированными элементами	1K+	Ко-творчество и самовыражение

ЧЕК-ЛИСТ МОДЕРАЦИИ ДЛЯ КОММУНИКАЦИЙ С ПОКОЛЕНИЯМИ Z И ALPHA

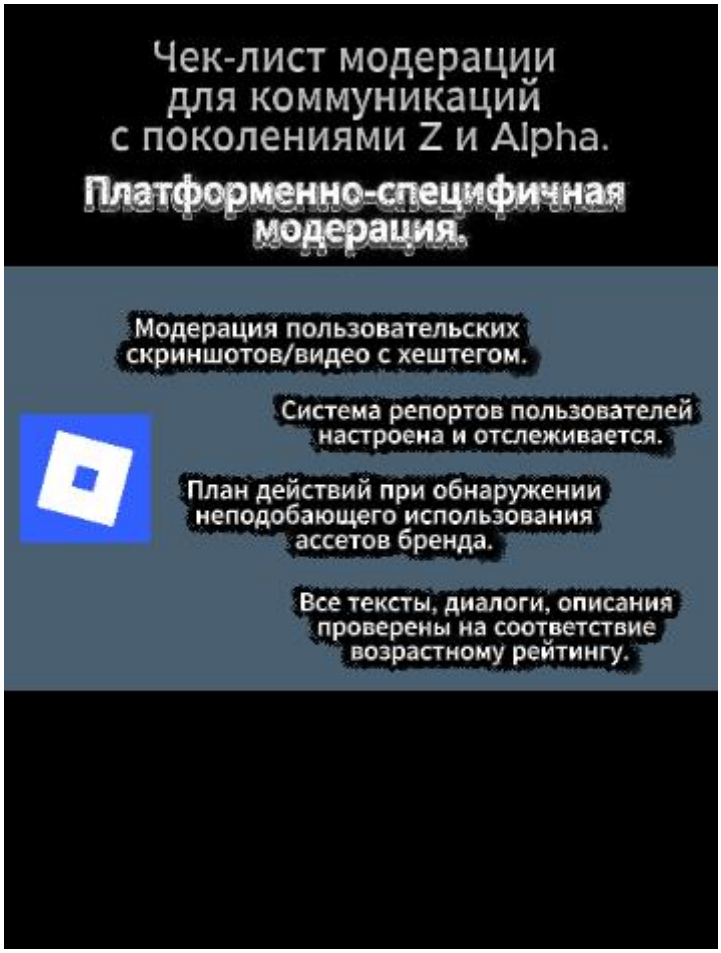
1. TikTok



2. Twitch


Чек-лист модерации
для коммуникаций
с поколениями Z и Alpha.
Платформенно-специфичная
модерация.
Модераторы отслеживают
чат по ролям:
1 - удаление нарушений,
2 - ответы на вопросы.
Стример периодически оз
вучивает правила чата.
Реагирование на донаты/битс
(благодарность по шаблону).

3. Roblox


Чек-лист модерации
для коммуникаций
с поколениями Z и Alpha.
Платформенно-специфичная
модерация.
Модерация пользовательских скриншотов/видео с хештегом.
Система репортов пользователей настроена и отслеживается.
План действий при обнаружении неподобающего использования ассетов бренда.
Все тексты, диалоги, описания проверены на соответствие возрастному рейтингу.

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА, ПОЛИТОЛОГИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ

А. Т. Абулкин
Модернизация речного флота Обь-Иртышского бассейна
как фактор экономического развития Омской области 3

Д. С. Анисимова
Кадровый кризис как барьер экономического роста
и пути его преодоления 7

С. А. Аралбаева
Организация системы развития персонала
в ОАО «Тюменский химико-фармацевтический завод» 11

А. У. Бараканова
Учет и анализ эффективности использования
товарно-материальных запасов.....15

А. С. Блинов
Значение науки для развития современного общества 18

К. С. Бухарметов
Менеджмент в эпоху перемен..... 22

А. А. Васильева
Определение потребности в персонале сферы ЖКХ 25

А. В. Гурина
Управление адаптацией персонала в медицинских учреждениях..... 32

А. К. Зауирбекова
Традиционные и инновационные подходы к организации
внутрифирменного обучения персонала.....37

А. Б. Идрышев
Совершенствование системы оценки персонала в организации..... 43

М. М. Искаков
Экономическая целесообразность проекта по созданию мусороперерабатывающего комплекса в городе Омске 46

А. С. Калдыбаева
Экономическая привлекательность модели развития бизнеса 50

Д. А. Корнейчик
Экономическое и правовое регулирование речных перевозок в Омской области в условиях новых вызовов (2020–2025 гг.) 56

А. Д. Куприянова
Анализ и совершенствование системы организации труда и оценки производительности персонала муниципального учреждения (на примере управления образования Таврического муниципального района Омской области) 59

Т. В. Мидеда
Факторы, определяющие уровень предпринимательской активности..... 65

Ж. В. Мурзашева
Трансформационные изменения отраслевых пропорций и структурных сдвигов экономического потенциала промышленности Кыргызской Республики в современных условиях 69

Г. В. Наврус
Скоринговый метод оценки кредитоспособности заемщика – юридического лица.....80

Н. Н. Нургазыева
Автоматизация расчета налога с продаж (НСП) на авансы в программе «1С: Бухгалтерия 8 для Кыргызстана, редакция 3» 84

Б. Ж. Оморов, К. Т. Ормонбеков
Искусственный интеллект в маркетинге: повышение эффективности или формирование кризиса доверия потребителей..... 89

М. В. Падерин
Значение контроллинга в логистике..... 96

Ю. А. Пономарева
Институциональные ловушки в сфере науки: механизмы возникновения и условия преодоления 100

М. А. Резанов
Перспективы развития внутреннего водного транспорта в Российской Федерации 104

А. А. Саадабекова, А. Б. Субакеева
Современные тенденции и проблемы управления персоналом
в условиях цифровизации экономики Кыргызской Республики 107

А. О. Сакыпов
Управление страхованием рисков промышленного предприятия
в системе комплексного риск-менеджмента 116

Е. В. Сасов
Методы обучения и повышение квалификации персонала:
эффективные и современные способы развития сотрудников..... 119

П. А. Сафонов
Внедрение изменений и управление в процессе
контроллинга логистических цепей 125

Таалайбек уулу Байэли, Н. К. Курманбекова
Инновационные подходы к управлению персоналом
в туристической отрасли Кыргызской Республики 129

П. К. Тименко
Социальные гарантии для курсантов и молодых специалистов
речного флота РФ – проблемы и пути решения кадрового дефицита 136

А. А. Тимофеева
Институциональные ловушки в сфере торговли 140

Д. И. Титеева
Обучение наставников как инструмент управления
текучестью кадров на производственном предприятии 143

Тынчыбек кызы Зухра
Развитие инновационной деятельности Кыргызской Республики
в условиях стабильного роста экономики 147

А. А. Филатова
Модель «Окна Джохари» как инструмент формирования
успешной корпоративной культуры 152

А. А. Флат
Оценка эффективности инвестиционных проектов предприятия:
комплексный подход на примере ТОО «Intant Oskemen» 157

А. А. Флат
Разработка нового алгоритма оценки эффективности инвестиционных
проектов предприятия на примере ТОО «Intant Oskemen».....164

Н. П. Яковлева
Подбор медицинского персонала: особенности и требования 169

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ

И. А. Анищенко
Искусственный интеллект в программировании:
замена программиста или только полезный инструмент 172

М. А. Арбузов
Разработка и исследование нейросетевых моделей
для распознавания изображений 178

Ю. С. Бубнова
Психологические аспекты доверия к автоматизированным
системам принятия решения 182

А. А. Буртович
Маркетинг в мессенджерах и чат-ботах как инструмент
повышения конверсии и качества сервиса 186

Е. А. Важенина
Польза и вред искусственного интеллекта 190

А. Н. Вунш
Цифровая трансформация государственного управления:
внедрение дашбордов для оперативного мониторинга
социально-экономического развития территорий 193

А. В. Катесова
Применение и разработка иммерсивных технологий
на уроках информатики 202

А. В. Катесова
Искусственный интеллект в персонализации маркетинговых
коммуникаций: инструменты и эффективность 205

А. В. Келлер
Как социальные сети формируют восприятие реальности 210

В. И. Ковалева
Создание технологичных платформ для запуска
и продвижения социальных бизнес-проектов 213

Ш. Р. Комилова
Стратегии PR-продвижения ООО «MCA Advertising»
с учетом специфики интернет-среды 217

А. В. Кшановский
Искусственный интеллект в образовании – помощник или угроза? 222

Д. Л. Меренцова
Разработка основных элементов гайдлайна
фирменного стиля ООО «Экко-Рос» 226

Я. В. Порываев
Информационные технологии в банковской сфере 235

М. А. Промкина, П. С. Типпель, Е. М. Олькова
Разработка и реализация юмористической контент-стратегии
для повышения узнаваемости образовательного учреждения
(на примере проекта ОмГА «С бородой или без») 240

О. А. Селявкина
Влияние социальных сетей на самооценку человека:
основные проблемы и способы защиты 244

К. Л. Соколов, Д. С. Захаров
Математические основы компьютерного зрения
в задачах автоматического контроля качества на конвейере 247

В. А. Шефер
Интеграция интеллектуального анализа данных и сетевых моделей
в прогнозировании и оптимизации телекоммуникационных сетей 251

Н. В. Шкрадова
Роль ИКТ в продвижении бренда «Иланские вести» 255

А. А. Янн
Коммуникации, ориентированные на поколение Z и Alpha:
ценности, платформы (TikTok, Twitch, Roblox) и язык 262

Научное издание

СТУДЕНЧЕСКАЯ ВЕСНА – 2026

XXII Международная научно-практическая
конференция студентов и аспирантов

20 марта 2026 года

Сборник статей

В 3 частях

Часть 1

Статьи печатаются в авторской редакции

16+

Подписано в печать 07.09.2026.
Бумага офсетная. Формат 60×84/16.
Печ. л. 17,9. Уч.-изд. л. 13,4. Тираж 100 экз. Заказ 54.
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