



СибАК
www.sibac.info

ISSN 2542-0011

**СЛХХХІV СТУДЕНЧЕСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ**

№5(183)



**НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ:
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ**

г. НОВОСИБИРСК, 2024



НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ. МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

*Электронный сборник статей по материалам CLXXXIV студенческой
международной научно-практической конференции*

№ 5 (183)
Март 2024 г.

Издается с декабря 2011 года

Новосибирск
2024

УДК 08
ББК 94
Н34

Председатель редколлегии:

Дмитриева Наталья Витальевна – д-р психол. наук, канд. мед. наук, проф., академик Международной академии наук педагогического образования, врач-психотерапевт, член профессиональной психотерапевтической лиги.

Редакционная коллегия:

Андреева Любовь Александровна – канд. юрид. наук;

Ахмеднабиев Расул Магомедович – канд. техн. наук;

Ахметов Сайранбек Махсутович – д-р техн. наук;

Волков Владимир Петрович – канд. мед. наук;

Гужавина Татьяна Анатольевна – канд. филос. наук;

Елисеев Дмитрий Викторович – канд. техн. наук;

Карпенко Виталий Евгеньевич – канд. филос. наук;

Ковнер Владимир Леонидович – канд. экон. наук;

Корвет Надежда Григорьевна - канд. геол.-минерал. наук;

Купченко Константин Владимирович – канд. ист. наук;

Ле-ван Татьяна Николаевна – канд. пед. наук;

Павловец Татьяна Владимировна – канд. филол. наук;

Рысмамбетова Галия Мухашевна – канд. биол. наук;

Сальникова Кристина Владимировна – канд. экон. наук;

Соловенко Игорь Сергеевич – д-р. ист. наук;

Сүлеймен Ерлан Мэлсұлы – канд. хим. наук;

Сүлеймен (Касымканова) Райгул Нұрбекқызы - PhD по специальности «Физика»;

Харченко Виктория Евгеньевна – канд. биол. наук;

Якушева Светлана Дмитриевна – канд. пед. наук.

Н34 «Научное сообщество студентов. Междисциплинарные исследования»:
Электронный сборник статей по материалам CLXXXIV студенческой международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд. ООО «СибАК». – 2024. – № 5 (183) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/5\(183\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/5(183).pdf).

Электронный сборник статей по материалам CLXXXIV студенческой международной научно-практической конференции «Научное сообщество студентов. Междисциплинарные исследования» отражает результаты научных исследований, проведенных студентами учреждений высшего и среднего профессионального образования.

Данное издание будет полезно студентам, магистрам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

Статьи сборника «Научное сообщество студентов. Междисциплинарные исследования» размещаются на сайте научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU.

ББК 94

ISSN 2542-0011

© ООО «СибАК», 2024 г.

Оглавление

| | |
|--|-----------|
| Доклады конференции на русском языке | 7 |
| Секция «Биотехнологии» | 7 |
| СОВРЕМЕННОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ ВЫЯВЛЕНИЯ ОФТАЛЬМОЛОГИЧЕСКИХ ЗАБОЛЕВАНИЙ ПО МЕДИЦИНСКИМ ИЗОБРАЖЕНИЯМ ГЛАЗ ЧЕЛОВЕКА Панова Ирина Валерьевна Токмакова Софья Евгеньевна Яфаров Александр Захарович | 7 |
| Секция «Информационные технологии» | 11 |
| КЛАССИФИКАЦИЯ МАТЕМАТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ ПОСТРОЕНИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ Окасов Сагадат Сергеевич Иватов Самат Бахитович | 11 |
| Секция «История» | 18 |
| ЧИСЛЕННОСТЬ ПЕРСИДСКОГО ВОЙСКА В СКИФСКОМ ПОХОДЕ ПО «ИСТОРИИ» ГЕРОДОТА Сенатор Владислава Витальевна | 18 |
| Секция «Культурология» | 21 |
| КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ КАК ВЫСОКОРИСКОВАННЫЕ ПРОЕКТЫ (НА ПРИМЕРЕ АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ СФЕРЫ) Таран Ксения Валерьевна Ланина Лилия Анатольевна | 21 |
| Секция «Лингвистика» | 30 |
| ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ОБУЧЕНИИ КИТАЙСКОМУ ЯЗЫКУ Животикова Карина Вадимовна Серов Матвей Денисович | 30 |
| Секция «Маркетинг» | 36 |
| МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ ДЛЯ ПУТЕШЕСТВИЯ ПО РОССИИ Ерунова Ксения Алексеевна Леськова Елизавета Александровна Борисова Алина Андреевна Иванова-Римская Вероника Александровна Косарева Анна Максимовна Торосян Виктория Аракеловна Довжик Галина Владимировна | 36 |

| | |
|---|-----------|
| Секция «Менеджмент» | 43 |
| ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ВНЕДРЕНИЕ НЕМАТЕРИАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ В МИКРООРГАНИЗАЦИЯХ | 43 |
| Ефимов Петр Анатольевич Михайлова Анна Викторовна | |
| ПРОЕКТ ВНЕДРЕНИЯ НЕМАТЕРИАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ В МЕДИЦИНСКИЕ МИКРООРГАНИЗАЦИИ ГОРОДА ЯКУТСКА | 48 |
| Ефимов Петр Анатольевич Михайлова Анна Викторовна | |
| ИННОВАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В КОНТЕКСТЕ АНАЛИЗА БОЛЬШИХ ДАННЫХ | 53 |
| Чжао Синьдун Попова Людмила Николаевна | |
| ИССЛЕДОВАНИЯ ПО АНАЛИЗУ ДОЛЖНОСТЕЙ И СТРАТЕГИЯМ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА НА КИТАЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ | 57 |
| ЮаньЦзякунь Ши Лунлун Попова Людмила Николаевна | |
| Секция «Педагогика» | 68 |
| РОЛЬ И ВЛИЯНИЕ ТРАДИЦИОННОЙ КИТАЙСКОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПЛАНИРОВАНИЕ КАРЬЕРЫ СТУДЕНТОВ КОЛЛЕДЖА | 68 |
| Се Чжунь Юань Шаои Федоров Юрий Юрьевич | |
| Секция «Психология» | 76 |
| ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПОДРОСТКОВОЙ АГРЕССИВНОСТИ | 76 |
| Бердник Екатерина Александровна Романова Анжела Валерьевна | |
| УСЛОВИЯ ПРОФИЛАКТИКИ АГРЕССИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ В МЛАДШЕМ ШКОЛЬНОМ ВОЗРАСТЕ | 82 |
| Орлова Анастасия Игоревна Романова Анжела Валерьевна | |

| | |
|--|------------|
| Секция «Реклама и PR» | 88 |
| ПОВЫШЕНИЕ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ О БЕЗОПАСНОСТИ ДОРОЖНОГО ДВИЖЕНИЯ ПОСРЕДСТВОМ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ | 88 |
| Сысоева Ксения Дмитриевна Рудченко Анастасия Ивановна Распопов Илья Андреевич Дианина Елена Вадимовна | |
| Секция «Социология» | 94 |
| МЕДИАВОЛОНТЁРЫ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ПРОДВИЖЕНИИ ВОЛОНТЁРСТВА | 94 |
| Брокер Анастасия Алексеевна Зеленов Владимир Владимирович | |
| Секция «Телекоммуникации» | 100 |
| ХАРАКТЕРИСТИКА КОНТЕНТА “МАТЧ ТВ”, ПРЕДСТАВЛЕННОГО В “TELEGRAM” | 100 |
| Крутикова Дарья Леонидовна Галстян Владислав Вадимович | |
| Секция «Экология» | 106 |
| ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДРЕВЕСНЫХ ОТХОДОВ В ЭНЕРГЕТИКЕ РОССИИ | 106 |
| Смирнова Мария Вячеславовна | |
| Секция «Экономика» | 111 |
| СТРАТЕГИЯ ПОСТРОЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ | 111 |
| Чжан Синь Клавдия Дмитриевна Барашкова | |
| ПОГОВОРИМ ОБ УПРАВЛЕНИИ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬЮ И ВОЗНАГРАЖДЕНИЕМ | 122 |
| Чжан Чжиян Михайлова Анна Викторовна | |
| АНАЛИЗ И КОНТРОЛЬ ЗАТРАТ НА ОПЛАТУ ТРУДА | 128 |
| Янь Ци Михайлова Анна Викторовна | |

| | |
|---|------------|
| Қазақ тіліндегі конференция баяндамалары | 143 |
| Бөлім «Педагогика» | 143 |
| ЖОҒАРҒЫ СЫНЫП ОҚУШЫЛАРЫНЫҢ “4К” ҚҰЗЫРЕТТІЛІГІН ХИМИЯ ПӘНІН ОҚЫТУДА ДАМУ Қанатқызы Айсәуле | 143 |

ДОКЛАДЫ КОНФЕРЕНЦИИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ

СЕКЦИЯ

«БИОТЕХНОЛОГИИ»

СОВРЕМЕННОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ ВЫЯВЛЕНИЯ ОФТАЛЬМОЛОГИЧЕСКИХ ЗАБОЛЕВАНИЙ ПО МЕДИЦИНСКИМ ИЗОБРАЖЕНИЯМ ГЛАЗ ЧЕЛОВЕКА

Панова Ирина Валерьевна

*студент,
кафедра биотехнических систем,
Санкт-Петербургский государственный
университет аэрокосмического приборостроения,
РФ, г. Санкт-Петербург
E-mail: IVPanova02@yandex.ru*

Токмакова Софья Евгеньевна

*студент,
кафедра биотехнических систем,
Санкт-Петербургский государственный
университет аэрокосмического приборостроения,
РФ, г. Санкт-Петербург
E-mail: tokmakova_02@inbox.ru*

Яфаров Александр Захарович

*научный руководитель, канд. техн. наук, доц.,
Санкт-Петербургский государственный
университет аэрокосмического приборостроения,
РФ, г. Санкт-Петербург*

АННОТАЦИЯ

Рассмотрены приложения и сервисы для распознавания заболеваний органов зрения. Описаны принципы работы, а также выведена сравнительная таблица для обзора приложений, подходящих для работы медицинских работников.

Ключевые слова: приложение для распознавания заболеваний, обработка изображений, искусственный интеллект, заболевания органов зрения.

Введение

Для разработки методов высококачественной диагностики глазных заболеваний будут проанализированы достоинства и недостатки, а также выделяющиеся возможности приложений.

Описание приложений

В сентябре 2023 года ученые разработали приложение RETFound для диагностики заболеваний глаз [1]. Это приложение использует большую базу данных изображений глаз здоровых пациентов и людей с определенными патологиями. С помощью нейронных сетей и компьютерного зрения появилась возможность исследовать более 40 заболеваний органов зрения, в том числе такие часто встречающиеся патологии, как диабетическая ретинопатия и глаукома [1].

К преимуществам приложения относятся:

- Сокращение времени диагностики;
- Улучшение качества диагностики благодаря нейронной системе;
- Возможность удаленного мониторинга.

Существенным недостатком данного приложения является ограниченное количество заболеваний, которые можно диагностировать, а также необходимость в дополнительном ознакомлении с программой медицинских сотрудников.

В 2021 году было опубликовано исследование, посвященное разработке приложения на основе искусственного интеллекта для диагностики диабетической ретинопатии по снимкам глазного дна с использованием методов искусственного интеллекта [2]. Разработчики из НМИЦ ГБ им. Гельмгольца использовали базу данных из 1200 изображений и внедрили нейронные сети в процесс работы сервиса.

Использование искусственного интеллекта (нейронной сети ResNet50) повысило точность диагностики и скорость тестирования зрительного анализатора. Однако для повышения полезности приложения необходимо добавить другие патологии органов зрения.

Также в 2021 году было запущено программное обеспечение Retina.AI, помогающее врачам диагностировать изображения глазного дна с помощью искусственного интеллекта [3]. Ученые используют сверточную нейронную сеть собственной разработки, что помогает постоянно совершенствовать работу приложения, а также самой нейронной сети.

Приложение для компьютера, связанное с интернет сервисом, может отображать новообразования, различные воспалительные очаги и другие патологии зрительной системы. Одним из преимуществ является высокая точность определения предполагаемого диагноза за счет постоянного обновления базы данных. Любой желающий может загрузить свои снимки глазного дна в специальный раздел, где данные будут обработаны и добавлены в базу данных сервиса. В связи с постоянным увеличением базы снимков в приложении растет точность определения заболевания пациента, что помогает врачу быстрее поставить диагноз и подобрать правильный путь лечения. Недостатками приложения являются:

- Ограниченное количество заболеваний;
- Обязательное обучение медицинского работника.

Заключение:

Для сравнения выше упомянутых приложений была составлена таблица 1, где использовались такие качественные параметры, как точность диагностики, спектр диагностируемых заболеваний, простота использования и нейронная сеть.

В результате сравнения приложений, помогающих распознавать заболевания органов зрения, был выбран наиболее удобный для работы медицинских работников аналог – RETFound.

Таблица 1.

Сравнение аналогов и желаемого прототипа

| Название | RETFound | Приложение автоматизированной поддержки принятия решений врача НМИЦ ГБ им. Гельмгольца | Retina.AI |
|-----------------|-----------------|---|------------------|
| Точность | Высокая | Средняя | Высокая |

| Название | RETFound | Приложение автоматизированной поддержки принятия решений врача НМИЦ ГБ им. Гельмгольца | Retina.AI |
|----------------------------|--------------------------|--|--|
| Спектр возможных патологий | Большой (40 заболеваний) | Маленький (1 заболевание) | Маленький (4 заболевания) |
| Простота использования | Средний | Сложный | Средний |
| Нейронная сеть | SSL-ImageNet | ResNet50 | Сверточная нейронная сеть собственной разработки |

Список литературы:

1. A foundation model for generalizable disease detection from retinal images / Y.Zhou, M.A.Chia, S.K.Wagner – 2023. – 26p. URL: <https://www.nature.com/articles/s41586-023-06555-x> (Дата обращения: 01.03.2023)
2. Разработка прототипа сервиса для диагностики диабетической ретинопатии по снимкам глазного дна с использованием методов искусственного интеллекта / В.В. Нероев, А.А. Брагин, О.В. Зайцева – 2021. – 9с. URL: <https://www.natszdrav.ru/jour/article/view/137> (Дата обращения: 04.11.2023)
3. Retina.AI – Облачная платформа для диагностики заболеваний сетчатки. URL: <https://www.screenretina.com> (Дата обращения: 05.11.2023)

СЕКЦИЯ
«ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

**КЛАССИФИКАЦИЯ МАТЕМАТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ
ПОСТРОЕНИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ**

Окасов Сагадат Сергеевич
*магистрант 2 года обучения,
Костанайский региональный университет
имени Ахмет Байтұрсынұлы,
Казахстан, г. Костанай*

Иватов Самат Бахитович
*магистрант 2 года обучения,
Костанайский региональный университет
имени Ахмет Байтұрсынұлы,
Казахстан, г. Костанай
E-mail: kazstart@mail.ru*

**CLASSIFICATION OF THE MATHEMATICAL MODEL
OF BUILDING BUSINESS MODELS**

Sagadat Okasov
*Master's student 2 years of study,
Kostanay Regional University
named after Akhmet Baitursynuly,
Kazakhstan, Kostanay*

Samat Ivatov
*Master's student 2 years of study,
Kostanay Regional University
named after Akhmet Baitursynuly,
Kazakhstan, Kostanay*

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрена классификация математической модели построения бизнес-моделей. Основным методом исследования сложных систем является математическое моделирование, ввиду того, что возможность физического моделирования ограничена. Описаны этапы процесса моделирования, а также моделирование логического состояния – имитационное моделирование.

ABSTRACT

The article considers the classification of the mathematical model of building business models. The main method of studying complex systems is mathematical modeling, due to the fact that the possibility of physical modeling is limited. The stages of the modeling process are described, as well as the modeling of the logical state – simulation modeling.

Ключевые слова: модель, моделирование, математическая модель.

Keywords: model, simulation, mathematical model.

Оптимальный и наиболее удобный способ отображения свойств объекта управления – метод моделирования. Любой объект, свойства которого соответствуют всем или некоторым свойствам объекта, называют моделью данного объекта. Значит, вместо изучаемого процесса, используем упрощенную систему, представляющую его отдельные характеристики.

Модели можно разделить на две группы в зависимости от ситуации: материальные и нематериальные (идеальные). Следовательно, можно рассмотреть объектное и абстрактное моделирование [1, с. 23].

Основными видами моделирования объектов являются физическое и аналоговое моделирование.

Если исследования проводятся на моделях (макетах, стендах, установках), сохраняющих существенную физическую природу изучаемых явлений и процессов, то моделирование называют физическим. В физических моделях свойства изучаемого процесса реализуются в полной мере. В основе создания физических моделей лежит теория подобия, поэтому в модели сохранены необходимые свойства. Однако при создании физической модели необходимо учитывать реальную действующую систему.

Работа с моделью должна быть не сложной, для того чтобы позволить использовать более мощные методы анализа. Если изменяются параметры изучаемого

мого процесса либо рассматривается новый вариант объекта, то необходимо создавать новую физическую модель. Такой случай является основным недостатком физического моделирования, т.к. требует значительного количества материальных ресурсов и человеческого труда. Стоимость моделей сложных объектов значительно увеличивается. Такие модели не могут быть универсальными [2, с. 37].

Таким образом, область применения физического моделирования ограничена, а основным методом исследования сложных систем является математическое моделирование. Например, вибрации и резонанс, когда можно использовать законы механических систем, а также законы электрических цепей.

При аналоговом моделировании особенно важно видеть в объекте необходимые особенности. Высшая степень аналогии – это абсолютная аналогия, в которой есть место только простым предметам. В зависимости от сложности объекта используются аналогии следующей степени, когда аналогичная модель показывает несколько или только один аспект функционирования объекта.

Рассмотрим математическую компьютерную модель с помощью численного эксперимента, ее задачи:

- 1) Определение назначения модели, ее основных особенностей и связи с окружающей средой;
- 2) Конструкция, основные особенности и связь с окружающей средой разделенного объекта;
- 3) Управление объектами и идентификация для заданной цели.

Для получения результата моделирования необходимо создать критерии параметров объекта или процесса.

Первые (внутренние) параметры – это x_1, x_2, \dots, x_n , а вторые (внешние) параметры – y_1, y_2, \dots, y_k .

Символический объект или процесс можно представить как:

$$Y_j = F_j(x_1, x_2, \dots, x_n), j=1,2,\dots, k \quad (1)$$

где F_j – внутренний параметр, F_j – в виде функции (x_1, x_2, \dots, x_n) .

На этапе моделирования внутренний параметр постепенно становится внешним параметром. Этот процесс называется распределением рангов.

Общий процесс моделирования состоит из следующих этапов:

- представление моделируемого объекта. На этом этапе определяются моделируемая система и ее компоненты;
- выбор модели. На этом этапе составляются уравнения математической модели и задаются необходимые условия. Уравнения модели решаются путем изменения требуемого выхода. Результаты решения анализируются;
- анализ результатов. Значения, полученные в математической модели.

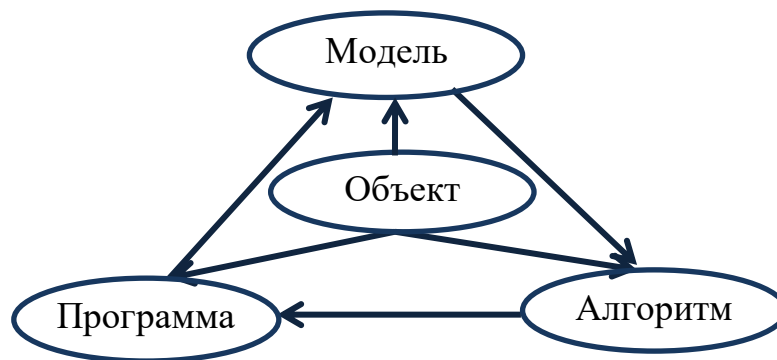


Рисунок 1. Элементы математического моделирования

Компьютерное моделирование – это разновидность информационного моделирования. Предварительно создается образ модели, а далее человек прибегает к помощи программных средств, удобных для ее реализации. Т.е. это модели, реализуемые с помощью программной среды. Например, для создания геометрической модели (чертежа, рисунка) можно использовать графические редакторы, текстовый редактор, электронные таблицы или системы управления базами данных табличных моделей. Создается математическая модель объекта или всего процесса, а последующее исследование проводится с помощью специальных языков программирования [3, с. 34].

Качественной разницы между компьютерными моделями и информационными моделями нет. Компьютерное моделирование можно назвать особым видом компьютерного моделирования в силу его специфических особенностей.

Моделирование – это численная система сложных уравнений, представляющая собой интеграцию возможностей вычислительной машины, принципов работы и математических моделей. Существуют библиотеки функций, дополненные подпрограммами и формами методов численной математики, которые расширяют и упрощают способ их использования.

Моделирование логического состояния – имитационное моделирование, которое превращается в алгоритм обслуживания объекта, проектирует комплексные программы для компьютера. Возможно смоделировать состояние любого объекта, но имитационное моделирование в первую очередь связано с исследованием прогнозирования состояния сложных систем в зависимости от выбранной стратегии управления. На основе развития графических пакетов прикладных программ и графических интерфейсов широкое распространение получило компьютерное моделирование структуры и внешнего вида объекта [3, с. 47].

В настоящее время в виде компьютерного моделирования:

- выражается условное изображение объекта, описываемого с помощью связанных между собой компьютерных изображений, графиков, схем, таблиц, диаграмм, анимированных фрагментов, гипертекстов. Компьютерные модели такого типа называются структурно-функциональными;

- представляется отдельными программными комплексами, позволяющими моделировать процесс функционирования условий воздействия на объект различных факторов и выводить упорядоченные отчеты и графические изображения. Такие модели называются имитационными компьютерными моделями. Имитационное компьютерное моделирование основано на получении результатов количественного и качественного функционирования моделируемой системы. Качественные выводы, полученные в результате анализа моделей, позволяют выявить ранее неизвестные свойства сложной системы: состав, динамику

развития, устойчивость, целостность. Количественные выводы носят в основном, прогнозирующий характер, характеризуя значения будущих и ранее известных параметров, характеризующих систему. Предметом компьютерного моделирования может быть информационно-вычислительная сеть, технологический процесс. Целью компьютерного моделирования является получение информации, которая может быть использована для подготовки и принятия решений экономического, социального, организационного, технического характера. соответствующих технологий экономистами, экологами и т.д. [4, с. 27].

Проблемы планирования и прогнозирования производства входят в задачи оптимизации. Этот метод предназначен для решения задач, характеризующихся линейными уравнениями, где на входные переменные накладываются дополнительные условия. Задачи линейного программирования можно решать графически и аналитически.

Условие необходимого требования задач оптимизации:

$$n > m, \quad (2)$$

где n – критерий оптимизации.

Если:

$$n = m \quad (3)$$

для системы уравнений, то они рассматриваются как задачи оптимизации с одним допустимым решением.

Следовательно, если задача удовлетворяет двум требованиям, можно сказать, что она имеет эффективное решение:

- если существует более одного решения, т.е. существуют разрешенные решения;
- есть указание на то, при каких условиях решение будет эффективным, т.е. будет наилучшим.

В настоящее время происходит поиск новых методов математики, которые будут применимы и полезны для построения, исследования индивидуальных моделей, так и систем. Системы представляют собой сложные комплексы с переменной структурой, содержащие недостаточную и не полностью формализованную информацию [5, с. 2]. Все это делает математическое моделирование более весомыми и используемыми в различных разделах дисциплин, а также при проведении различных исследований.

Список литературы:

1. Звонарев С.В. Основы математического моделирования: Учебное пособие. Екатеринбург: УФУ, 2019. – 116 с.
2. Ибрагимов, И.М. Основы компьютерного моделирования наносистем: Учебное пособие. Санкт-Петербург: Издательство «Лань», 2010. – 384 с.
3. Трусова П.В. Введение в математическое моделирование: Учебное пособие. Москва: Университетская книга, Логос, 2007.- 440 с.
4. Блехман И.И. Прикладная математика: предмет, логика, особенности подходов, с примерами из механики: Учебное пособие. Москва: УРСС, 2006.- 376 с.
5. Звягин Л.С. Математическое моделирование и бизнес-анализ в практической деятельности ООО «Желдорсервис». Вопросы экономики и управления. – 2016. – № 1 (3). – С. 1-6, URL: <https://moluch.ru/th/5/archive/22/584>.

СЕКЦИЯ
«ИСТОРИЯ»

**ЧИСЛЕННОСТЬ ПЕРСИДСКОГО ВОЙСКА В СКИФСКОМ ПОХОДЕ
ПО «ИСТОРИИ» ГЕРОДОТА**

Сенатор Владислава Витальевна
студент,
Институт истории, гуманитарного
и социального образования,
Новосибирский государственный
педагогический университет,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: vladislava.senator@mail.ru

**THE NUMBER OF THE PERSIAN ARMY IN THE SCYTHIAN CAMPAIGN
ACCORDING TO THE "HISTORY" OF HERODOTUS**

Vladislava Senator
Student,
Institute of History, Social
and Humanities Education,
Novosibirsk state pedagogical University,
Russia, Novosibirsk

АННОТАЦИЯ

В данной работе анализируется численность персидского войска на основе исторического источника – «Истории» Геродота.

ABSTRACT

This paper analyzes the number of the Persian army based on the "History" of Herodotus.

Ключевые слова: Персия, Геродот, скифский поход, Дарий I.

Keywords: Persia, Herodotus, the Scythian campaign, Darius I.

Проблема численности персидского войска, описанного в "Истории" Геродота, вызывает споры и сомнения у историков по сей день. Многие современные

исследователи считают эту цифру сильно преувеличенной и пытаются прийти к более точным данным. Учитывая цифры, представленные Геродотом можно понять, что такая огромная армия была бы трудна в поддержании логистики и снабжении ею в древности. Кроме того, многие современники самого Геродота высказывали сомнения относительно такого огромного числа воинов в персидской армии.

Численность персов Геродот в 87 статье определяет в 700 тысяч человек и 600 кораблей [1, с. 298]. Безусловно, эта цифра многократно завышена – трудно представить, чтобы такое войско в принципе было собрано в одном месте. Ведь это армии разных сатрапий, каждая со своим командующим, своей внутренней организацией и разными потребностями в оружии, доспехах и прочих вещах. Это, не говоря уже о невозможности кормить подобное войско в условиях степи. Как подобную дезорганизованную толпу привести в движение в одном направлении, а тем более организовать снабжение и связное наступление – загадка. Дарий же якобы вёл 700 тысяч единой массой вдоль пустынных, «безводных» по уверению античных авторов земель. Дарию бы пришлось долго переправлять такую силу по мосту, а уж вести и того сложнее – если взять ширину колонны Дария с обозом за километр, то в длину она была 700 километров, если не больше. Цифры невозможные. К тому же, такое войско бы превышало население всей Скифии, возможно даже в несколько раз – ведь кочевникам нужно гораздо больше земли для существования, чем оседлым обществам.

Геродот в описании походов Ксеркса в Грецию вывел цифру в 4,2 миллиона человек – и, в целом, он и другие античные авторы грешат преувеличениями в отношении варваров [3, с. 102]. Поэтому цифру явно нужно снижать, и значительно. И не только в отношении армии. Флот в 600 кораблей (а на каждом не менее 200 человек, итого 120000 человек) тоже не выглядит достоверным фактом, и как подобная армада оперировала в прибрежной полосе, снабжалась – не ясно. В конце концов, возникает вопрос – зачем Дарию такой флот в борьбе с не обладающими кораблями скифами? Это сводит на нет все попытки представить это число как реальное.

Размер армии скифов Геродот не называет, приводя лишь легенду о медном сосуде, справленном из наконечников стрел, которые скифский царь попросил принести каждого воина, по 1 штуке. Попытка выяснить количество наконечников по данным Геродота всё также даёт космические цифры. В то же время некоторые выводы мы можем сделать из данных «отца истории». Так, скифы отступали от персов, а значит явно были в меньшинстве, или при равной численности обладали слабым по сравнению с персами войском. Второе положение сомнительно, т.к. персы обладали блестящим по подготовке и вооружению отрядом «бессмертных» в 10 тысяч человек [2, с. 56]. Возможно, другие персы тоже были неплохо вооружены и обучены. Но около половины (если не больше) армии были набраны из сатрапий, и не обладали достаточным качеством оснащения и боевым духом. Когда из страны все соки вытягивает метрополия, а идти в бой принуждают ударами бича, трудно собрать средства на достойную экипировку и тем более трудно найти причины сражаться за подобное «отечество». Тот факт, что скифы впоследствии будут подговаривать ионийцев предать Дария ясно говорит об их осведомленности о ситуации в персидском войске. Так что более достоверной кажется первая позиция. Таким образом, войско персов в реальности можно оценить в 70-100 тысяч человек и около 100 кораблей, опять же если верить античным авторам в их тезисе о «несметном войске», значительно превышающем разумные пределы. Скифов в таком случае можно оценить около 50 тысяч всадников в целом, включая отказавшихся участвовать и ведущих пассивные боевые действия.

Таким образом, несмотря на то, что Геродот представил грандиозную картину персидской армии, мы понимаем, что реальная численность войска была значительно меньше, чем описанная в его работе.

Список литературы:

1. Геродот. История в девяти книгах. Наука: Ленинград, 1972. 600 с. Перевод и примечания Г.А. Стратановского; Под общей редакцией С.Л. Утченко. Редактор перевода Н.А. Мещерский.
2. Черненко Е.В. Скифо-персидская война. Киев.: Наукова Думка, 1984. 120 с.
3. Balcer J.M. Darius Scythian expedition. «Classical Philology». Vol. 76, 1972, p. 99-132.

СЕКЦИЯ
«КУЛЬТУРОЛОГИЯ»

**КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ КАК ВЫСОКОРИСКОВАННЫЕ
ПРОЕКТЫ (НА ПРИМЕРЕ АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ СФЕРЫ)**

Таран Ксения Валерьевна
*студент, продюсерский факультет,
Всероссийский государственный
университет кинематографии
им. С.А. Герасимова (ВГИК),
РФ, г. Москва
E-mail: productionvgik@mail.ru*

Ланина Лилия Анатольевна
*научный руководитель канд. экон. наук, доц.,
Всероссийский государственный
университет кинематографии
им. С.А. Герасимова (ВГИК),
РФ, г. Москва*

**CREATIVE INDUSTRIES AS HIGH-RISK PROJECTS
(USING THE EXAMPLE OF THE AUDIOVISUAL SPHERE)**

Ksenia Taran
*student, production faculty,
All-Russian State University of Cinematography
named after S.A. Gerasimov (VGIK),
Russia, Moscow*

Lilia Lanina
*Scientific supervisor
of the Candidate of Economics. Sciences, Assoc.,
All-Russian State University of Cinematography
named after S.A. Gerasimov (VGIK),
Russia, Moscow*

АННОТАЦИЯ

В настоящей статье рассматриваются вопросы отнесения креативных индустрий к категории высокорискованного бизнеса через призму аудиовизуальных проектов. Аудиовизуальные проекты подвержены множеству факторов риска,

как в процессе производства, так и в процессе продвижения, что делает бизнес в этой отрасли сложным и труднопрогнозируемым. В качестве обоснования выделяются ключевые причины, связанные с внешними и внутренними факторами создания и продвижения аудиовизуальных проектов.

ABSTRACT

This article examines the issues of attributing creative industries to the category of high-risk business through the prism of audiovisual projects. Audiovisual projects are subject to a variety of risk factors, both in the production process and in the promotion process, which makes business in this industry difficult and difficult to predict. As a justification, the key reasons related to external and internal factors of the creation and promotion of audiovisual projects are highlighted.

Ключевые слова: креативная экономика; креативные индустрии; кинопроизводство; продвижение; дистрибьютор.

Keywords: creative economy; creative industries; film productions; promotion; distributor.

Цель данной работы состоит в том, чтобы выявить и разобрать причины отнесения креативных индустрий к высокорискованному бизнесу в киноотрасли. Для этого необходимо обратиться к понятию данных терминов.

Креативная экономика – это концепция экономики, в основе которой лежит использование интеллектуальных ресурсов, талантов и творческого потенциала в различных сферах деятельности, она базируется на том, что инновации, креативность и творчество могут быть движущей силой экономического прогресса.

Термин «креативные индустрии» начал использоваться примерно двадцать лет назад для характеристики ряда видов деятельности, некоторые из которых являются одними из старейших в истории, а некоторые появились только с развитием цифровых технологий. Многие из этих видов деятельности имели сильные культурные корни, и термин «культурные индустрии» уже использовался

для описания театра, танцев, музыки, кино, изобразительного искусства и культурно-исторического наследия; хотя сам термин был противоречивым, поскольку многие художники считали неприемлемым воспринимать их работы как «индустрию». [6]

High-Risk бизнес, или высокорискованный бизнес, – такой бизнес, который несёт больше финансовых и репутационных рисков, в том числе стартапы и кинопроизводство. Это тот бизнес, на результат которого могут повлиять множество различных внешних и внутренних факторов, некоторые из них приведены ниже.

1. Нестабильность спроса и непостоянство технологий.

Креативные индустрии, такие как, например, кино или другие виды бизнеса, связанные с искусством и творчеством, часто зависят от влияния трендов, изменчивого вкуса потребителей, новых веяний в моде, политической или эпидемиологической ситуации в стране, мире. К тому же, аудиовизуальная сфера относится к сфере досуга, на чём, как известно население экономит в первую очередь при возникновении экономического кризиса и других форс-мажорных обстоятельствах, так как развлечения не являются товаром или услугой первой необходимости. Это может привести к колебаниям спроса и нестабильности в продажах, что делает бизнес в этих отраслях высокорискованным.

Время от времени художественные и креативные индустрии сталкиваются с изменениями в технологиях, что требует адаптации к ним, инвестиций в новые инструменты и кадры, для удержания и привлечения новой аудитории зрителей. Неудача в адаптации к новым технологиям может привести к существенному снижению уровню доходов или убыткам.

Рассмотрим, в роли примера новых технологий, использование нейросетей в кинопроизводстве. Так, в частности алгоритмы Deepfake могут создавать поддельные изображения и видео, которые люди не смогут отличить от подлинных. Поэтому предложение технологий, которые могут автоматически обнаруживать и оценивать целостность цифровых визуальных носителей, является незаменимым. Технология появилась в 1990-х годах, но популярность приобрела с развитием машинного обучения. В узком определении Deepfake создаются с помощью

методов, которые могут накладывать изображения лица целевого человека на видео исходного человека, чтобы создать видео, на котором целевой человек делает или говорит что-то. исходный человек делает. Это представляет собой категорию дипфейков, а именно *подмену лиц*.

В коммерческом кинопроизводстве дипфейки впервые были использованы в 2021 году, когда Брюс Уиллис дал разрешение фирме Deepsake вставить свое фейковое изображение в рекламу российской сети мобильной связи «Мегафон». В голливудских фильмах, несмотря на несколько примеров замены лиц с использованием процессов VFX, первым значительным использованием дипфейков является фильм Роберта Земекиса «Здесь» (2024 г.), для которого компания Metaphysic.ai использовала технологию для старения и омоложения звезды фильма Тома Хэнкса в реальном времени В России также начали использовать дипфейки и уже успели омолодить Павла Майкова для сериала «Контакт» (реж. Е. Стычкин, 2021 г.). С помощью технологии face-de-aging актера вернули на 15 лет назад – нейросеть разгладила морщины на лбу, выдававшие возраст персонажа [5].



Рисунок 1. Пример дипфейка из сериала «Контакт» [5].

2. Реклама и дистрибьюция.

Ввиду объёма и сложности задач, связанных с финансированием и производственными и творческими процессами, продюсер и другие члены команды

могут упустить внимание с вопросов, связанных с маркетингом и продвижением, или запланировать данный этап уже после выполнения производственных работ, что может негативно сказаться на прокате, росписи в кинотеатрах, и, как следствие, на кассовых сборах.

Так было, например, с детским фильмом «Феодосийская сказка» (реж. Н. Лебедева, 2021 г.), снятым на частные деньги. Создатели занялись прокатом и дистрибьюцией, когда материал был уже отснят и смонтирован. На сценарий, актёрский состав, монтаж и т.д. уже нельзя было повлиять, деньги были потрачены, картина осталась без широкого проката, так как требовала доработки, обратной связи от дистрибьютора и рекламной кампании.

Даже если конкретное кино имеет высокую художественную ценность и/или учитывает интересы зрителя в данный момент – о фильме необходимо посоветоваться с дистрибьютором заранее, рассказать о нём зрителям традиционными способами, в идеальных обстоятельствах с использованием средств, повышающих вовлеченность аудитории, например, конкурсами в социальных сетях или другим креативным способом.

Как пример, можно привести малобюджетный фильм «Ведьма из Блэр» (реж. Д. Мирик, 1999 г.). Производство фильма обошлось примерно в 350 тыс. долларов США, а его сборы по всему миру составили почти 250 млн долларов, что дало ему самое высокое соотношение прибыли и затрат среди всех фильмов в истории. Невероятный успех фильма можно объяснить его нестандартной, но максимально виральной рекламной кампанией, а точнее, уникальным веб-сайтом, который эффективно стирал границы между фактом и вымыслом.

По легенде в фильме, трое ребят пропали. По факту актеров спрятали подальше от медиа, чтобы подольше сохранить интригу. Соцсети тогда не были так развиты. Исполнительный продюсер студии Artisan Entertainment Ротенберг предложил отредактировать страницы актёров на популярном сайте IMDb. Этот сайт про кино, съемки, тв-шоу и фильмы убедительно рассказывал о мифологии «Ведьмы из Блэр», содержал реалистичную фотографию актеров с подписью, что фотография была сделана «менее чем за неделю до их исчезновения», а также

интермедию. и другие довольно общие, но реальные фотографии, которые заставили многих поверить, что этот сайт действительно подлинный. Актеров поместили как «пропавших без вести, предположительно погибших». Эти метки держались год. На афишах после имен актеров также было написано: «Пропали без вести. Считаются погибшими». На ранних показах каждому зрителю вручали флаеры с фото, пропавших без вести, мол если увидите, сообщите в полицию и тп. Раздавали флаеры и в университетских городках.

Маркетологи решили, что это самая любопытная аудитория их фильма, и студенты обязательно захотят посмотреть фильм и узнать больше [7].



Рисунок 2. Объявление – рекламный материал фильма «Ведьма из Блэр» [7]

3. Финансирование и издержки.

В креативных индустриях часто требуются значительные инвестиции на всех этапах производства. Это может включать оплату талантливых, профессиональных актёров и членов съёмочной команды, массовки необходимой техники, декораций, локаций, спецэффектов и так далее. На среднестатистический фильм в России необходимо порядка 100 млн руб. [4]

Неудача и плохая проработка вопросов, связанных с прокатом, могут привести к серьезным финансовым потерям. Распределение доходов между кинотеатрами, дистрибьюторами и продюсером на текущий момент составляет соотношение порядка 50%, 15%, 35% – соответственно. Что также повышает риск, т.к. для того, чтобы фильму окупиться – необходимо собрать кассу минимум в 3-4

раза превышающую бюджет на производство. При этом средства на фильм могут быть возвратными, а привлечь частных инвесторов сложно, т.к. окупается 1-5% отечественных фильмов от общего количества.

Доля занятости населения России в креативной индустрии, по некоторым оценкам, составляет около 4% от общей численности трудоспособного населения страны. При этом порядка 30% приходится на малый и средний бизнес и еще около 2% – доля самозанятых в данной сфере [3].

Выручка российской креативной индустрии, которую можно примерно оценить в 8 трлн. руб. ежегодно, имеет существенный потенциал для роста. Вместе с тем необходимо отметить, что в России, в отличие от международных практик, «Культурные объекты» и «Традиционное культурное самовыражение» (область креативной индустрии «Наследие»), превосходят среднемировые показатели в 5 раз. Креативная индустрия может стать одним из важных направлений роста ВВП, а ее вклад – увеличиться вчетверо менее чем за 10 лет. Рост креативной индустрии по сравнению с традиционными отраслями экономики является более интенсивным. Однако за последнее десятилетие увеличение объема экспорта креативных услуг сопровождается опережающим приростом импорта товаров и услуг по этой категории. Это обстоятельство привело к тому, что, например, на рынке креативной индустрии для сферы образования каждый третий товар и услуга – зарубежного производства [3].

Однако, с уходом западных компаний, положение вещей может измениться, т.к. кинопроизводство и кинопоказы имеют большое влияние на экономику страны. Например, за первые 2 месяца 2024 года вышло уже несколько отечественных картин, собравших кассу более миллиарда рублей: «Холоп 2» (реж. К. Шипенко, 2024 г.), «Мастер и Маргарита» (реж. М. Локшин, 2024 г.), «Лёд 3» (реж. Ю. Хмельницкий, 2024 г.).

4. Высокая конкуренция.

Креативные индустрии часто имеют высокую степень конкуренции, поскольку новые таланты испытывают огромное давление от уже установившихся брендов и компаний. Это делает рынок более непредсказуемым и нестабильным,

часто приводит к недобросовестной конкуренции, краже идей и промышленному шпионажу.

Согласно Федеральному закону от 29.07.2004 г. № 98-ФЗ «О коммерческой тайне» под коммерческой тайной понимается режим конфиденциальности информации, позволяющий ее обладателю при существующих или возможных обстоятельствах увеличить доходы, избежать неоправданных расходов, сохранить положение на рынке товаров, работ, услуг или получить иную коммерческую выгоду [1].

В связи с этим, продюсерам необходимо подписывать необходимые договоры о неразглашении, соблюдать конфиденциальность в отношении уникального хай-концепта и т.д.

5. Невозможность гарантированного успеха.

Креативные индустрии, по своей природе, трудно поддаются анализу и прогнозированию. Это делает бизнес в данной области высокорискованным, поскольку успех любого проекта невозможно гарантировать.

Пандемия затронула всю творческую цепочку создания стоимости креативных продуктов для B2B – создание, производство, распространение и доступ. Глобальное прекращение живых и публичных выступлений сокращает средний гонорар примерно на 30%, а мировая киноиндустрия зафиксировала потерю доходов в размере 7 млрд долларов США [2].

В целом, креативные индустрии подвержены множеству факторов риска, что делает бизнес в этой отрасли сложным и непредсказуемым. Для успешной работы в креативных индустриях требуется высокий уровень профессионализма, постоянное обновление и инновации, а также умение адаптироваться к изменчивым условиям рынка.

Креативные индустрии характеризуются большой степенью неопределенности, что делает их бизнес высокорискованным. Вместе с тем, это также открывает широкие возможности для инноваций, творчества и динамичного развития.

Таким образом, по итогам анализа можно выделить факторы отнесения креативных индустрий к высокорискованному бизнесу, что позволило выявить наиболее важные аспекты данного вопроса.

Список литературы:

1. Федеральный закон РФ от 29.07.2004 № 98-ФЗ. «Коммерческая тайна». [Электронный ресурс] / URL: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения 16.01.2024)
2. Закирова В. «Почему нужно инвестировать в креативную экономику и TOP-3 проекта, за которыми нужно следить». / Валентина Закирова // Российское интернет-издание [Электронный ресурс] / URL: <https://vc.ru/> (дата обращения 18.11.2023)
3. Официальный сайт Аналитического центра при Правительстве РФ. [Электронный ресурс] / URL: <https://ac.gov.ru/files/publication/a/14525.pdf> (дата обращения 18.01.2024)
4. Портал «Культуромания» – независимое сетевое СМИ, рассказывающее о культурных событиях и трендах в России и мире [Электронный ресурс] / URL: <https://kulturomania.ru/> (дата обращения 18.11.2023)
5. Кобзева К., Колташов М. «Живые мертвецы и нейросеть-сценарист: как технологии меняют киноиндустрию». / Катерина Кобзева, Максим Колташов // Ежедневная аналитическая газета [Электронный ресурс] / URL: <https://trends.rbc.ru/trends/> (дата обращения 13.11.2023)
6. Мубаракшина, Л.С. Роль креативной индустрии в мировой экономике и экономике России / Л.С. Мубаракшина // Вектор экономики. – 2019. – № 2(32). – С. 61. [Электронный ресурс] / URL: <http://www.vectoreconomy.ru/> (дата обращения 30.01.2024)
7. Татьяна Лебедева «Как продвигали фильм "Ведьма из Блэр"». [Электронный ресурс] / URL: <https://tenchat.ru/> (дата обращения 10.01.2024)

СЕКЦИЯ
«ЛИНГВИСТИКА»

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ОБУЧЕНИИ
КИТАЙСКОМУ ЯЗЫКУ

Животикова Карина Вадимовна

*студент, лингвистика,
Институт иностранных языков,
Рязанский государственный
университет имени С.А. Есенина,
РФ, г. Рязань*

E-mail: miloslavskaya.ameliya@gmail.com

Серов Матвей Денисович

*студент, лингвистика,
Институт иностранных языков,
Рязанский государственный
университет имени С.А. Есенина,
РФ, г. Рязань*

E-mail: mserov40@mail.ru

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN CHINESE LANGUAGE TEACHING

Karina Zivotikova

*Student,
Linguistic major, Institute of Foreign languages,
Ryazan State University named after S.A. Yesenin,
Russia, Ryazan*

Serov Matvey

*Student,
Linguistic major, Institute of Foreign languages,
Ryazan State University named after S.A. Yesenin,
Russia, Ryazan*

АННОТАЦИЯ

В статье представлено теоретическое рассуждение на тему важности и необходимости внедрения ИИ-технологий в процесс обучения китайскому языку.

ABSTRACT

The article presents a theoretical discussion on the importance and necessity of introducing AI technologies into the process of teaching a Chinese language.

Ключевые слова: обучение, Искусственный Интеллект, технологии, китайский язык.

Keywords: teaching process, Artificial Intelligence, modern technology, Chinese language.

Успех в создании ИИ станет самым большим событием в истории человечества. К сожалению, он может оказаться и последним, если мы не научимся избегать рисков.
Стивен Хокинг

В настоящее время трудно найти человека, не знающего ничего об Искусственном Интеллекте. Более того, в условиях стремительного технического прогресса многие сферы жизни требуют той или иной модернизации, и образование, конечно же, не исключение. Развитие ИИ и его возможностей приводит к вопросу: а будут ли также востребованы преподаватели в эпоху компьютеризации информации; не заменит ли учителя очередной чат-бот?

Китайский язык считается «одним из самых сложных языков для овладения в мире» (по классификации, официально признанной Организацией Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры ЮНЕСКО). Когда речь заходит о практике преподавания китайского языка как иностранного, главная проблема заключается в особенностях тональности. Мандаринский диалект, лингва франка современного Китая, имеет четыре различных тона и «нулевой» пятый. Кроме того, кантонский диалект, распространенный в таких регионах, как Гонконг и Макао, включает в себя уже девять тонов. Даже не беря во внимание кантонский диалект, овладение четырьмя тонами мандаринского остается серьезным препятствием для большинства учащихся, чей родной язык не имеет тональных особенностей. Если они не были погружены в китайский язык с детства

или не проживали в среде, говорящей на китайском языке, достичь уровня владения интонацией, сравнимого с носителями языка, непросто. Даже те, кто знаком с тональными языками, сталкиваются с трудностями. Показательно, что некоторые артисты, родом из Гонконга и Макао, несмотря на свои выступления на телевидении, демонстрируют нестандартное мандаринское произношение.

По данным исследований американского института зарубежной службы, мандаринский диалект китайского относится к языкам IV категории сложности наряду с арабским, японским и корейским. Его изучение для достижения профессионального уровня требует не менее 88 недель и 2 200 часов, в то время как испанский можно выучить за 24 недели.

ИИ в современном образовании может упростить работу для преподавателей и процесс изучения для студентов. И в подтверждение такого мнения приведу несколько аргументов.

В языковом обучении можно задействовать сразу два ключевых направления искусственного интеллекта – машинное обучение и обработку текстов на естественных языках. Алгоритмы машинного обучения поддерживают адаптивное, персонализированное и интервальное обучение, а обработка текстов на естественных языках помогает улучшить понимание иностранного языка и навыки перевода. [2] Это значит, что во время обучения будет возможность с помощью ИИ подобрать индивидуальную программу для каждого ученика, основываясь на его опыте и знаниях. Например, уже существуют определенные инструменты, способные адаптировать сложные тексты до нужного уровня. Так, учитель загружает исходный текст, а приложение трансформирует его с учетом изученных фраз и выражений. Кроме того, преподаватель может создавать уникальные планы занятий с помощью технологий ИИ, что помогает ускорить процесс обучения и сделать его комфортным для всех обучающихся. В данных примерах не идет речи о полной замене человека компьютером – это своего рода симбиоз, где технологии лишь помогают автоматизировать процесс, расширить область человеческих возможностей, но не конкурируют в своих возможностях с реальным человеком.

Приложения для электронного обучения не заменяют аудиторное обучение, а представляют собой совершенно новый подход к самообучению. Тренировка словарного запаса в интерактивном режиме с обучающей программой или выполнение языковых упражнений вместе с виртуальными персонажами в компьютерной игре – для некоторых наиболее мотивирующим будет такой сценарий. Другие же эффективнее обучаются в группе – со всеми вытекающими отсюда обязательствами, такими как контроль знаний, оценивание, наблюдение реального преподавателя за прогрессом обучения. [4]

Конечно, существуют и другие мнения по поводу ИИ в процессе обучения. Многие опасаются, что с развитием технологий сама профессия педагога станет неактуальной, в виду того, что ее с легкостью заменят чат-боты, интерактивные приложения и т.д.

Существует мнение, что внедрение ИИ в современное образовательное пространство несет в себе определенные риски для эффективности учебно-воспитательных процессов, к примеру:

- так называемый «цифровой разрыв»;

Под ним подразумевается неравный доступ к технологиям (в том числе и ИИ). Конечно, мы не можем утверждать, что сейчас любой обучающийся сможет обеспечить себя нужной техникой и оборудованием. Однако технологии с каждым годом развиваются все стремительнее, что отчасти дает нам право предполагать, что уже в ближайшем будущем эта проблема будет устранена.

- несогласованность этических аспектов применения ИИ в образовательном пространстве (конфиденциальность, защита и использование данных субъектов образования, отсутствие прозрачности и контроля за применением ИИ и т.п.);

Действительно, многие сайты и приложения сейчас запрашивают такие личные данные как, например, геолокация, что нередко вызывает сомнения по поводу безопасности действий. Однако те ресурсы, которые требуют какие-либо личные данные, зачастую гарантируют пользователю полную конфиденциальность.

- высокая степень зависимости от технологий, снижение когнитивных и креативных способностей многих субъектов образования;

В современном мире зависимость от технологий существует у многих людей, в связи с этим люди не готовы использовать технологии и в обучении, предпочитая традиционные методы. Здесь важно отметить, что большинство ошибочно полагает, что технологии – это компьютерная техника, что в корне не верно! Так, большинство ИИ технологий, созданных для учебы, не подразумевают использования именно техники в процессе обучения. Такие ИИ помогают преподавателям структурировать и адаптировать материал, не влияя на метод самого обучения.

- требование непрерывности повышения технических компетенций участников учебно-педагогических процессов независимо от материально-технических условий [3];

Повышение востребованности ИИ в образовании действительно неизбежно ведет к повышению и ужесточению требований для преподавателей, постоянного повышения квалификации и умения работать с современными технологиями.

- неспособность (на сегодняшний день) ИИ-суперкомпьютеров к восприятию широкого спектра социально-психологических взаимодействий и состояний субъектов образования (радость, удивление, раздражение, волнение и т.п.) [5]

Подобная проблема сейчас является наиболее актуальной в сфере ИИ технологий, так как роботизация процессов обучения невозможна без учета психических особенностей обучаемых.

В наше время способность взаимодействовать с ИИ и использовать его в целях обучения иностранному языку уже является составляющей цифровой компетентности преподавателя иностранного языка, под которой понимается уровень владения цифровыми компетенциями (знаниями, умениями, навыками, готовностью к ведению образовательного процесса в цифровой среде). (вак статья)

Таким образом, из всего сказанного выше можно сделать вывод о том, что при умелом обращении с ИИ преподаватель может сделать учебный процесс более эффективным, а также передать часть своих функций компьютеру, освободив свое время для выполнения более интеллектуальных и творческих задач.

Список литературы:

1. Kenny D. FSI Language difficulty. Текст : электронный – URL: <https://www.fsi-language-courses.org/blog/fsi-language-difficulty/> Дата обращения: 17.12.2023
2. Даггэн С. Искусственный интеллект в образовании: изменение темпов обучения. Аналитическая записка ИИТО ЮНЕСКО / ред. С.Ю. Князева; пер. с англ.: А.В. Паршакова. – Москва : Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании, 2020. Текст : электронный – URL: <https://iite.unesco.org/ru/publications/iskusstvennyj-intellekt-v-obrazovanii-izmenenie-tempov-obucheniya/> Дата обращения: 16.12.2023
3. Уотерс Д. Искусственный интеллект обучает китайскому. Текст : электронный – URL: <https://the-accel.ru/iskusstvennyiy-intellekt-obuchayet-kitayskomu/?ysclid=lq9g47sy7s827473815> Дата обращения: 17.12.2023
4. Ковальчук С.В., Тараненко И.А., Устинова М.Б. ПРИМЕНЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В ВУЗЕ // Современные проблемы науки и образования. – 2023. – № 6.; URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=33000> Дата обращения: 18.12.2023
5. Павлюк Е.С. Анализ зарубежного опыта влияния искусственного интеллекта на образовательный процесс в высшем учебном заведении // Современное педагогическое образование. – 2020. – № 1. – С. 65–72. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-zarubezhnogo-opyta-vliyaniya-iskusstvennogo-intellekta-na-obrazovatelnyy-protsess-v-vysshem-uchebnom-zavedenii> Дата обращения: 17.12.2023

СЕКЦИЯ
«МАРКЕТИНГ»

**МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ МОБИЛЬНЫХ
ПРИЛОЖЕНИЙ ДЛЯ ПУТЕШЕСТВИЯ ПО РОССИИ**

Ерунова Ксения Алексеевна

*студент,
институт маркетинга,
Государственный Университет Управления,
РФ, г. Москва
E-mail: ksusha0503er@gmail.com*

Леськова Елизавета Александровна

*студент,
институт маркетинга,
Государственный Университет Управления
РФ, г. Москва
E-mail: lzytleskova@gmail.com*

Борисова Алина Андреевна

*студент,
институт маркетинга,
Государственный Университет Управления
РФ, г. Москва
E-mail: borisova.izorkina@yandex.ru*

Иванова-Римская Вероника Александровна

*студент,
институт маркетинга,
Государственный Университет Управления
РФ, г. Москва
E-mail: ivanovarimskaya@bk.ru*

Косарева Анна Максимовна

*студент,
институт маркетинга,
Государственный Университет Управления
РФ, г. Москва
E-mail: akosarevat@mail.ru*

Торосян Виктория Араkelовна

*студент,
институт маркетинга,
Государственный Университет Управления
РФ, г. Москва
E-mail: vika_torosyan7@mail.ru*

Довжик Галина Владимировна

*научный руководитель, канд. псих. наук, доц.,
Государственный Университет Управления,
РФ, г. Москва*

АННОТАЦИЯ

Данная научная статья посвящена исследованию маркетинговых стратегий развития мобильных приложений для путешествия по России. В статье описаны текущие маркетинговые стратегии, успешные кейсы мобильных приложений в индустрии туризма и уникальность рынка России. Также, на основе имеющихся данных, была разработана собственная маркетинговая стратегия, основанная на исследованиях, включающая определение целевой аудитории, создание уникального торгового предложения и выбор каналов продвижения. Реализация стратегии на практике позволила оценить результаты и адаптировать стратегию для продвижения приложения на рынке России.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия; мобильное приложение; цифровой продукт;

С каждым годом количество людей, желающих путешествовать по России, становится больше. Рост интереса к российскому туризму связан с невозможностью посещения других стран, рост цен на перелеты и железнодорожные билеты, а также появления новых достопримечательностей в нашей стране. Мобильные приложения стали неотъемлемой частью туризма в связи с растущей цифровизацией по всему миру. Таким образом, разработка и применений эффективных маркетинговых стратегий для развития мобильных приложений для путешествия

по России является ключевым элементом для создания и продвижения цифрового продукта [1, с. 35].

Для анализа существующих маркетинговых стратегий для мобильных приложений для путешествий по России был выделен подход, который основан на определении целевой аудитории. Потенциальными потребителями цифрового продукта может быть как молодое поколение, так и взрослые возрастные группы. Разработка продукта, соответствующему целевому рынку, помогает создать продукт, который понравится пользователям.

Проведя анализ маркетинговых стратегий развития мобильных приложений, мы выделили наиболее популярные и эффективные из них:

1. ASO (App Store Optimization). Оптимизация страницы приложения в магазинах приложений для улучшения видимости в поисковых запросах. Это включает в себя оптимизацию заголовка, описания, ключевых слов, скриншотов и видео.

2. Маркетинг в социальных сетях и инфлюенсер-маркетинг. Использование социальных медиа и сотрудничество с инфлюенсерами для продвижения приложения среди целевой аудитории. Эффективная стратегия включает создание интересного и вовлекающего контента.

3. Реклама в мобильных приложениях и на платформах. Платная реклама в мобильных приложениях, на Google*(По требованию Роскомнадзора информируем, что иностранное лицо, владеющее информационными ресурсами Google является нарушителем законодательства Российской Федерации – *прим. ред.*), YouTube и т.д.

4. Email-маркетинг. Регулярная рассылка для удержания пользователей, информирование о новых функциях, акциях и предложениях, а также сбор отзывов и предложений для улучшения сервиса.

5. Контент-маркетинг и SEO. Создание полезного контента (блогов, инфографики, руководств) для привлечения внимания к приложению и улучшения SEO-позиций сайта приложения.

6. Совместные акции и партнерства. Сотрудничество с другими брендами или приложениями для обмена аудиторией и увеличения вовлеченности.

7. Аналитика и A/B тестирование. Использование аналитических инструментов для отслеживания поведения пользователей и оптимизация маркетинговых кампаний на основе данных. A/B тестирование различных подходов помогает выявить наиболее эффективные стратегии.

Российские пользователи ценят приложения с локализованным контентом, который учитывает местные особенности и предпочтения. Приложения для путешествий должны предлагать информацию на русском языке, а также учитывать местные праздники и интересные места.

Важно интегрировать приложение с популярными в России сервисами, такими как Яндекс.Карты, Aviasales, Tutu.ru и другими, для предоставления информации о транспорте, бронирования и покупки билетов.

Необходимо поддерживать популярные в России платежные системы, такие как МИР, Яндекс.Деньги и другие, чтобы упростить процесс покупки внутри приложения.

В связи с политической ситуацией и санкциями важно учитывать возможные ограничения на использование некоторых сервисов и платежных систем, а также адаптировать маркетинговую стратегию с учетом этих факторов.

Для успешного продвижения приложения на российском рынке важно использовать местные каналы распространения информации, такие как популярные российские социальные сети (ВКонтакте, Одноклассники, Телеграмм), а также сотрудничать с местными СМИ и блогерами [3, с. 2].

Мы изучили успешные кейсы продвижения мобильных приложений для путешествий и выделили ключевые смыслы по каждому из них:

1. **Airbnb.** Использование рассказов сообщества и опыта пользователей для создания доверия и интереса. Airbnb активно публикует истории хозяев и путешественников, что не только способствует вовлеченности пользователей, но и стимулирует новые бронирования.

2. **Booking.com.** Применение мощной системы рекомендаций и персонализации, основанной на данных о предпочтениях пользователей и истории поиска.

Это позволяет предлагать пользователю наиболее релевантные предложения, увеличивая вероятность бронирования.

3. **TripAdvisor.** Стратегия создания содержания пользователями (UGC – User Generated Content) с акцентом на отзывы и рейтинги. Поддержка активного сообщества путешественников, которые делятся своими впечатлениями, способствует росту доверия к платформе.

Для разработки эффективной маркетинговой стратегии мобильного приложения мы выделили несколько портретов целевой аудитории:

1. Молодые люди от 18 до 25 лет, студенты или начинающие специалисты, активные, ищут бюджетные варианты для путешествий.

2. «Карьеристы», 25-35 лет, занятые люди, мало времени на выбор подходящего отдыха

3. «Семейные», 35-55 лет, люди с детьми, им важен комфорт и безопасность при бронировании отдыха.

Также были определены основные каналы продвижения.

1. Телевизионная реклама. Рекламные ролики о приложении можно размещать на популярных телеканалах, которые имеют широкую аудиторию.

2. Радиореклама. Рекламные анонсы о приложении можно размещать на радиостанциях, которые имеют аудиторию, заинтересованную в путешествиях и туризме. Например, «Русское радио».

3. Онлайн-реклама. Интернет-реклама может включать контекстную рекламу на поисковых системах, баннерную рекламу на туристических сайтах, а также рекламные объявления в социальных сетях.

4. Печатная реклама: размещение рекламных объявлений о приложении в популярных туристических журналах и газетах.

6. Сотрудничество с блогерами и инфлюенсерами: партнерство с популярными блогерами и инфлюенсерами, которые имеют большую аудиторию и интересуются путешествиями.

7. Email-маркетинг: рассылка информации о приложении и его преимуществах по электронной почте пользователям, которые проявили интерес к путешествиям.

8. Out-of-home: тизерные баннеры.

Для проведения исследования приложения для путешествий по России использовали следующие методы:

1. Анализ данных: сбор и анализ статистических данных о туристическом потоке в различных регионах России, анализ отзывов туристов о посещенных местах, исследование трендов в туристической индустрии.

2. Опросы: проведение опросов среди туристов, жителей различных регионов России и специалистов в области туризма для выявления предпочтений, потребностей и мнений о туристических направлениях в стране.

3. Интервью: проведение глубинных интервью с экспертами в области туризма, представителями туристических компаний, государственными органами и другими заинтересованными сторонами для получения экспертного мнения и информации [2, с. 130].

Выбор методов исследования был обоснован целями и задачами исследования, доступностью ресурсов и особенностями изучаемого объекта.

Приложение для путешествий по России даёт возможность пользователям в удобном формате получать информацию о достопримечательностях, маршрутах, отелях, ресторанах и других сервисах. Анализ результатов глубинных интервью: из 12 опрошенных – шесть были более склонны к концепции "В сердце России"; – другие шесть респондентов были склонны к концепции "Россия за 10 минут". Ни один из опрошиваемых не был склонен к концепции "Разрушители стереотипов". Обоснование: В российском обществе больше спроса на исследование Родины и изучения ее истории и местности на более глубоком уровне, поэтому сначала нужно удовлетворить потребности российских граждан относительно изучения территории их стран.

Список литературы:

1. Бутуров С. А, Каньгина О.М. Внутренний туризм в России: современное состояние и перспективы – г. Москва, Российский государственный университет туризма и сервиса, 2021. – 3 с. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vnutrenniy-turizm-v-rossii-sovremennoe-sostoyanie-i-perspektivy/viewer> (дата обращения: 06.03.2024)
2. Е.В. Пустынникова Методология научных исследований: учебное пособие для учреждений высшего образования – г. Ульяновск, УлГУ, 2017. – 130 с.
3. В.С. Рутьков Маркетинговая система мобильного приложения – г. Санкт-Петербург, агентство «А», 2018. – 2 с.

СЕКЦИЯ
«МЕНЕДЖМЕНТ»

**ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ВНЕДРЕНИЕ НЕМАТЕРИАЛЬНОЙ
МОТИВАЦИИ В МИКРООРГАНИЗАЦИЯХ**

Ефимов Петр Анатольевич

*магистрант,
направление «Управление человеческими ресурсами»,
кафедра социологии и управления персоналом,
Северо-Восточный федеральный университет
имени М.К. Аммосова,
РФ, г. Якутск
E-mail: mikanya23@mail.ru*

Михайлова Анна Викторовна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,
Северо-Восточный федеральный университет
имени М.К. Аммосова,
РФ, г. Якутск*

**IMPACT OF DIGITALIZATION ON THE IMPLEMENTATION
OF NON-MATERIAL MOTIVATION IN MICRO-ORGANIZATIONS**

Petr Efimov

*Master's student,
direction "Human Resource Management",
Department of Sociology and Personnel Management,
North Eastern Federal University,
Russian Federation, Yakutsk*

Anna Mikhailova

*Scientific supervisor, Ph.D.
econ. sciences, associate professor,
North Eastern Federal University,
Russian Federation, Yakutsk*

АННОТАЦИЯ

Статья рассматривает, как цифровизация влияет на процесс внедрения нематериальной мотивации в микроорганизациях. В статье обсуждаются особенности влияния цифровизации на внедрение нематериальной мотивации, такие

как акцент на развитии и обучении сотрудников, создание благоприятной рабочей атмосферы и признание достижений сотрудников. Рассматриваются рекомендации по внедрению и развитию нематериальной мотивации в микроорганизациях в условиях цифровизации.

ABSTRACT

Article consider, how digitalization affects the process of immaterial motivation implementation in microorganisms. The article discusses the features of the impact of digitalization on the introduction of intangible motivation, such as an emphasis on employee development and training, Creation of a favorable working atmosphere and recognition of the achievements of employees. Recommendations on the introduction and development of intangible motivation in micro-organizations in the conditions of digitalization are considered.

Ключевые слова: микроорганизации, цифровизация, нематериальная мотивация, управление персоналом, цифровая среда.

Keywords: microorganisms, digitalization, intangible motivation, management of personnel, the digital environment.

Актуальность. Рассмотрение вопросов нематериальной мотивации в условиях цифровых решений связана с быстрым развитием технологий и изменением требований к работе. В условиях цифровизации, когда многие задачи и процессы становятся автоматизированными, нематериальная мотивация приобретает особую значимость. Она позволяет поддерживать мотивацию и вовлеченность сотрудников, а также укреплять командный дух и лояльность к организации в условиях быстрого развития технологий и изменения требований к работе. Кроме того, в условиях цифровых решений, нематериальная мотивация становится все более важной для поддержания мотивации и вовлеченности сотрудников. Она позволяет создать благоприятную рабочую атмосферу, поддерживать командный дух и сотрудничество, а также признавать и поощрять достижения сотрудников.

A. Mikhaylova, T. Sakulyeva, T. Shcherbina отмечают эффект цифровизации в повышении эффективности предприятий и организаций [7]. Мы даем следующее определение, мотивация – это процесс сознательного и самостоятельного выбора самим человеком той или иной модели поведения, определяемой комплексными воздействием внешних и внутренних факторов для удовлетворения своих потребностей. Впервые этот термин был применен А. Шопенгауэром в статье «Четыре принципа достаточной причины», и после стал использоваться для объяснения причин поведения человека, в том числе и трудового. [4, С. 19].

Цель исследования проанализировать цифровые решения при внедрении элементов нематериальной мотивации в микропредприятиях. Методы исследования: метод анализа, синтеза, концептуального анализа документов. Микропредприятие – это юридическое лицо, которое соответствует определенным критериям описанных в Федеральном законе от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 12.12.2023) "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации", а именно размер дохода не более 120 млн. рублей в год, средняя численность наемного персонала до 15 человек по итогам года.

В цифровой экономике много инновационных решений управления персоналом. S.S. Demin, A. Mikhaylova, S.G. Ryankova рассмотрели инструменты цифровизации в организациях [5]. Например, Михайлова, А.В. представили результаты эмпирического исследования такого инструмента как job crafting при управлении персоналом [2]. Ложникова А.В., Эльмурзаева Р.А., Земцов А.А., Куделина О.В. акцентируют внимание в своем исследовании, что в коммерческих микропредприятиях важно создавать условия для раскрытия предпринимательских способностей в качестве фактора развития. и производства [1].

Также интересным мы считаем исследование Михайловой А.В. о практике внедрения Lean-технологий как инструмента управления персоналом [3]. Одной из особенностей влияния цифровизации на внедрение нематериальной мотивации в микроорганизациях является акцент на развитии и обучении сотрудников. В условиях быстрого развития технологий и изменения требований к работе, сотрудники должны быть готовы к постоянному обучению и адаптации к новым

условиям. Нематериальная мотивация может включать предоставление возможностей для профессионального развития, участие в тренингах и семинарах, а также поддержку в освоении новых навыков и технологий.

Мы согласны с мнением исследователей Z.J. Liu, S. Chernov, A.V. Mikhaylova, что важным аспектом в нематериальной мотивации является доверие [6]. Еще одной особенностью влияния цифровизации на внедрение нематериальной мотивации в микроорганизациях является создание благоприятной рабочей атмосферы. В условиях удаленной работы и цифровых коммуникаций, нематериальная мотивация может включать поддержку командного духа и сотрудничества, проведение онлайн-мероприятий и тимбилдингов, а также создание условий для эффективного взаимодействия и коммуникации между сотрудниками.

Существуют разные определения мотивации, однако можно выделить общую черту этих определений, и определить мотивацию как процесс стимулирования деятельности работников к достижению необходимых целей, путем удовлетворения своих потребностей.

Из определения мотивации следует, что эта категория включает в себя внутренние и внешние силы, которые побуждают человека к деятельности, придают этой деятельности направленность, ориентированность на достижение определенных целей. Цифровизация оказывает значительное влияние на внедрение нематериальной мотивации в микроорганизациях. В условиях быстрого развития технологий и изменения требований к работе, нематериальная мотивация становится все более важной для поддержания мотивации и вовлеченности сотрудников.

Также влияние цифровизации на внедрение нематериальной мотивации в микроорганизациях может включать признание и поощрение достижений сотрудников. В условиях быстрого развития и изменения требований к работе, сотрудники могут чувствовать себя неуверенно и не признанными. Нематериальная мотивация может включать признание и поощрение за вклад в развитие организации, за достижение целей и задач, а также за проявление лидерских качеств и инициативы.

Выводы, в целом, влияние цифровизации на внедрение нематериальной мотивации в микроорганизациях связано с акцентом на развитии и обучении сотрудников, создании благоприятной рабочей атмосферы и признании достижений. Это позволяет поддерживать мотивацию и вовлеченность сотрудников, а также укреплять командный дух и лояльность к организации в условиях быстрого развития технологий и изменения требований к работе.

Список литературы:

1. Ложникова А.В., Эльмурзаева Р.А., Земцов А.А., Куделина О.В. Собственники и работники компаний-резидентов Сколково: эмпирический анализ // *Пространство экономики*. 2023. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sobstvenniki-i-rabotniki-kompaniy-rezidentov-skolково-empiricheskiy-analiz> (дата обращения: 06.03.2024)
2. Михайлова, А.В. Job crafting в системе управления персоналом на примере региональной компании / А.В. Михайлова // *Кадровик*. – 2022. – № 1. – С. 87-96.
3. Михайлова, А.В. Практика применения Lean-технологий в управлении персоналом в региональной компании Российской Федерации / А.В. Михайлова, Л.Н. Попова, Т.Р. Петрова // *Кадровик*. – 2023. – № 7. – С. 62-72.
4. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности : учебник и практикум для вузов / С.Ю. Трапицына [и др.] под общей редакцией С.Ю. Трапицына. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 362 с.
5. Demin, S.S. Digitalization and its impact on regional economy transformation mechanisms / S.S. Demin, A. Mikhaylova, S.G. Pyankova // *International Journal of System Assurance Engineering and Management*. – 2023. – Vol. 14, No. 1. – P. 377-390. – DOI 10.1007/s13198-022-01806-y.
6. Liu, Z.J. Trust management and benefits of vehicular social networking: An approach to verification and safety / Z.J. Liu, S. Chernov, A.V. Mikhaylova // *Technological Forecasting and Social Change*. – 2021. – Vol. 166. – P. 120613. – DOI 10.1016/j.techfore.2021.120613
7. Mikhaylova A. Impact of digitalization on the efficiency of supply chain management in the digital economy / A. Mikhaylova, T. Sakulyeva, T. Shcherbina [et al.] // *International Journal of Enterprise Information Systems*. – 2021. – Vol. 17, No. 3. – P. 34-36. – DOI 10.4018/IJEIS.2021070103.

ПРОЕКТ ВНЕДРЕНИЯ НЕМАТЕРИАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ В МЕДИЦИНСКИЕ МИКРООРГАНИЗАЦИИ ГОРОДА ЯКУТСКА

Ефимов Петр Анатольевич

*магистрант,
направление «Управление человеческими ресурсами»,
кафедра социологии и управления персоналом,
Северо-Восточный федеральный университет
имени М.К. Аммосова,
РФ, г. Якутск
E-mail: mikanya23@mail.ru*

Михайлова Анна Викторовна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,
Северо-Восточный федеральный университет
имени М.К. Аммосова,
РФ, г. Якутск*

АННОТАЦИЯ

Статья представляет проект, направленный на создание благоприятной рабочей атмосферы, повышение мотивации и удовлетворенности сотрудников, а также укрепление командного духа и лояльности к организации. В статье описываются цели и задачи проекта, этапы его реализации и ожидаемые результаты. Проект внедрения нематериальной мотивации в медицинские микроорганизации города Якутска позволит создать благоприятную рабочую атмосферу, повысить мотивацию и удовлетворенность сотрудников, а также укрепить командный дух и лояльность к организации. Это приведет к повышению эффективности работы медицинских микроорганизаций и улучшению качества медицинской помощи.

ABSTRACT

The article presents the project, aimed at creating a favorable working atmosphere, increase employee motivation and satisfaction, strengthening team spirit and loyalty to the organization. The article describes the goals and objectives of the project, implementation phases and expected results. The project of introducing intangible motivation into medical micro-organizations of the city of Yakutsk will create a favorable working atmosphere, increase staff motivation and satisfaction, Strengthen team spirit and loyalty to the organization. This will increase the efficiency of medical micro-organizations and improve the quality of medical care.

Ключевые слова: микроорганизации, управление персоналом, мотивация, нематериальная мотивация, проект, проектное управление.

Keywords: microorganisms, management of personnel, motivation, immaterial motivation, project, project.

Проект внедрения нематериальной мотивации в медицинские микроорганизации города Якутска направлен на создание благоприятной рабочей атмосферы, повышение мотивации и удовлетворенности сотрудников, а также укрепление командного духа и лояльности к организации. Методология исследования опирается на Митрофанова А.Е., Брикошина И.С. методология внедрения проекта мотивации [1], S.S. Demin, A. Mikhaylova, S.G. Pyankova исследование цифровых решений инноваций в организациях [5]. E. R. Vershitskaya, A.V. Mikhaylova, S.I. Gilmanshina внедрение концепции e-learning в повышении эффективности управления в организации [7], Михайлова, А.В. классификацию факторов риска в системе управления персоналом [2], Михайлова А.В., инструмент job crafting в управлении персоналом [3], Z.J. Liu, S. Chernov, A.V. Mikhaylova фактор доверия в управлении персоналом [6], Михайлова А.В. практика Lean-технологий в системе управления персоналом [4].

Проект опирается на результаты эмпирического исследования, проведенного в городе Якутске с 10 по 30 января 2024 года в пяти микропредприятиях в медицинской сфере города Якутска. Приняло участие 41 респондент, сотрудники данных организаций. Основной вывод исследования, что в этих организациях отсутствует организованная и формализованная система нематериальной мотивации персонала.

Цель проекта – разработать и внедрить систему нематериальной мотивации, которая будет способствовать повышению эффективности работы медицинских микроорганизаций города Якутска.

Задачи проекта:

1. Изучение текущей ситуации в медицинских микроорганизациях города Якутска и выявление проблем, связанных с мотивацией сотрудников.

2. Разработка стратегии внедрения системы нематериальной мотивации.
3. Определение ключевых элементов системы нематериальной мотивации.
4. Внедрение системы нематериальной мотивации в медицинские микроорганизации города Якутска.
5. Оценка эффективности внедрения системы нематериальной мотивации.

Этапы проекта:

1. Исследование текущей ситуации в медицинских микроорганизациях города Якутска и выявление проблем, связанных с мотивацией сотрудников.
2. Разработка стратегии внедрения системы нематериальной мотивации.
3. Определение ключевых элементов системы нематериальной мотивации.
4. Внедрение системы нематериальной мотивации в медицинские микроорганизации города Якутска.
5. Оценка эффективности внедрения системы нематериальной мотивации.

Ожидаемые результаты:

1. Повышение мотивации и удовлетворенности сотрудников медицинских микроорганизаций города Якутска.
2. Укрепление командного духа и лояльности к организации.
3. Повышение эффективности работы медицинских микроорганизаций города Якутска.
4. Улучшение качества медицинской помощи.

Социальные и экономические показатели эффективности проекта внедрения нематериальной мотивации в медицинские микроорганизации города Якутска могут включать следующие аспекты:

1. Удовлетворенность сотрудников: повышение уровня удовлетворенности сотрудников работой, улучшение их отношения к организации и коллегам.
2. Мотивация и вовлеченность: увеличение мотивации и вовлеченности сотрудников в работу, повышение их производительности и качества работы.
3. Команда и сотрудничество: укрепление командного духа и сотрудничества между сотрудниками, улучшение коммуникации и взаимодействия внутри организации.

4. Качество медицинской помощи: улучшение качества медицинской помощи, предоставляемой медицинскими микроорганизациями города Якутска, повышение уровня удовлетворенности пациентов.

5. Экономические показатели: снижение текучести кадров, сокращение затрат на поиск и обучение новых сотрудников, повышение эффективности работы организации и увеличение прибыли.

6. Репутация и имидж: улучшение репутации и имиджа медицинских микроорганизаций города Якутска, привлечение новых клиентов и партнеров.

7. Социальная ответственность: повышение социальной ответственности медицинских микроорганизаций города Якутска, улучшение условий труда и социальной защиты сотрудников.

Эти показатели могут быть измерены и оценены с помощью различных методов, таких как опросы сотрудников, анализ данных о производительности, анализ показателей текучести кадров и другие методы. Оценка эффективности проекта внедрения нематериальной мотивации в медицинские микроорганизации города Якутска позволит определить, насколько успешно были достигнуты поставленные цели и задачи, а также внести необходимые корректировки для дальнейшего улучшения работы организации.

Проект внедрения нематериальной мотивации в медицинские микроорганизации города Якутска позволит создать благоприятную рабочую атмосферу, повысить мотивацию и удовлетворенность сотрудников, а также укрепить командный дух и лояльность к организации. Это приведет к повышению эффективности работы медицинских микроорганизаций и улучшению качества медицинской помощи.

Список литературы:

1. Митрофанова А.Е., Брикошина И.С. Методические подходы к мотивации и стимулированию проектной команды // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами России. 2023. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskie-podhody-k-motivatsii-i-stimulirovaniyu-proektnoy-komandy> (дата обращения: 06.03.2024)

2. Михайлова, А.В. Кадровая безопасность в региональных компаниях Российской Федерации / А.В. Михайлова, О.Д. Ефремова // Кадровик. – 2023. – № 8. – С. 63-72.
3. Михайлова, А.В. Job crafting в системе управления персоналом на примере региональной компании / А.В. Михайлова // Кадровик. – 2022. – № 1. – С. 87-96.
4. Михайлова, А.В. Практика применения Lean-технологий в управлении персоналом в региональной компании Российской Федерации / А.В. Михайлова, Л.Н. Попова, Т.Р. Петрова // Кадровик. – 2023. – № 7. – С. 62-72.
5. Demin, S.S. Digitalization and its impact on regional economy transformation mechanisms / S.S. Demin, A. Mikhaylova, S.G. Pyankova // International Journal of System Assurance Engineering and Management. – 2023. – Vol. 14, No. 1. – P. 377-390. – DOI 10.1007/s13198-022-01806-y.
6. Liu, Z.J. Trust management and benefits of vehicular social networking: An approach to verification and safety / Z.J. Liu, S. Chernov, A.V. Mikhaylova // Technological Forecasting and Social Change. – 2021. – Vol. 166. – P. 120613. – DOI 10.1016/j.techfore.2021.120613.
7. Present-day management of universities in Russia: Prospects and challenges of e-learning / E.R. Vershitskaya, A.V. Mikhaylova, S.I. Gilmanshina [et al.] // Education and Information Technologies. – 2020. – Vol. 25, No. 1. – P. 611-621. – DOI 10.1007/s10639-019-09978-0

ИННОВАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В КОНТЕКСТЕ АНАЛИЗА БОЛЬШИХ ДАННЫХ

Чжао Синьдун

*магистрант,
Северо-Восточный федеральный
университет им. М.К. Аммосова,
РФ, г. Якутск
E-mail: zhaoxindong@yeah.net*

Попова Людмила Николаевна

*научный руководитель, канд. филос. наук,
доц. Финансово-экономического института,
Северо-Восточный федеральный
университет им. М.К. Аммосова,
РФ, г. Якутск*

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются инновационные меры в сфере управления человеческими ресурсами на предприятиях в контексте эпохи больших данных. Анализируется влияние технологии больших данных на управление человеческими ресурсами предприятия с точки зрения найма, обучения и развития, компенсаций и льгот, а также управления отношениями с сотрудниками. Затем предлагаются конкретные стратегии того, как предприятия могут внедрить инновационные методы найма, методы обучения, управление компенсациями, управление отношениями с сотрудниками и управление эффективностью работы в контексте больших данных. Наконец, в статье подчеркивается важность таких контрмер, как повышение грамотности менеджеров по персоналу в области данных, укрепление безопасности данных и создание научной системы управления персоналом.

Ключевые слова: большие данные; управление человеческими ресурсами предприятия; инновационные контрмеры; грамотность в области данных; безопасность данных; система научного управления.

На фоне больших данных управление человеческими ресурсами предприятия сталкивается со многими проблемами и возможностями. В этой статье мы

обсудим инновации и контрмеры в управлении человеческими ресурсами предприятия с точки зрения технологии больших данных.

При поддержке технологии больших данных предприятия могут более точно находить способных сотрудников, отвечающих потребностям предприятий, с помощью поиска данных и анализа информации о талантах. Например, собирать информацию о профессионально компетентной молодёжи через социальные сети, сайты по подбору персонала и другие каналы, использовать технологии больших данных для анализа способностей, интересов, опыта и другой информации, чтобы предоставлять более объективные и точные предложения для принятия решений о найме. В то же время технология больших данных может помочь компаниям лучше понять тенденции рынка рекрутинга и поток талантов, чтобы предоставить компании рекомендации по разработке более эффективных стратегий рекрутинга.

Технология больших данных может помочь компаниям более полно понять потребности в обучении и намерения сотрудников в отношении карьерного роста, чтобы предоставить сотрудникам более персонализированные планы обучения и развития. Собирая и анализируя данные о результатах работы сотрудников и информацию о карьерном росте, предприятия могут разрабатывать более целенаправленные планы обучения, чтобы повысить работоспособность и профессионализм сотрудников.

Технология больших данных может помочь компаниям более полно понять потребности сотрудников в компенсациях и льготах, чтобы предоставить им более разумные и конкурентоспособные планы компенсаций и льгот. Благодаря сбору и анализу данных о компенсациях и социальном обеспечении сотрудников предприятия могут разработать более научную и объективную систему оценки компенсаций для повышения мотивации и удовлетворенности сотрудников.

Технология больших данных может помочь компаниям лучше понять психологическое состояние и потребности сотрудников, чтобы предоставлять им программы социального обеспечения и поддержки, в большей степени ориенти-

рованные на их психическое здоровье. Благодаря сбору и анализу данных о взаимоотношениях сотрудников организации предприятия могут своевременно обнаружить психологические проблемы персонала, принять эффективные меры по их устранению и управлению ими, а также повысить уровень благополучия и лояльности сотрудников на работе.

Организации могут использовать технологию анализа данных для более полного понимания работы сотрудников, чтобы предоставить сотрудникам более справедливую и объективную оценку работы и план управления. В то же время, благодаря сбору и анализу данных о работе, предприятия могут своевременно выявлять проблемы и недостатки в работе сотрудников и принимать эффективные меры для их улучшения и совершенствования. В то же время предприятия могут использовать технологию больших данных для всесторонней оценки и анализа эффекта управления отношениями с сотрудниками, а также своевременно выявлять проблемы и недостатки в управлении отношениями с сотрудниками.

Чтобы в полной мере использовать преимущества технологии больших данных в управлении персоналом предприятия в контексте больших данных, прежде всего необходимо повысить грамотность менеджеров по персоналу в области данных. Поэтому предприятиям следует усилить обучение менеджеров по персоналу навыкам работы с данными, повысить их способность к анализу данных и осведомленность о принятии решений на основе данных, а также ввести сотрудников с профессиональным опытом работы с данными на должности менеджеров по персоналу, чтобы обеспечить более профессиональную поддержку работы предприятия по анализу данных, чтобы повысить грамотность в области данных в управлении персоналом.

В контексте больших данных, управление персоналом предприятия должны иметь дело с большим количеством данных, которые включают в себя много конфиденциальной информации, поэтому очень важно укрепить безопасность данных предприятия должны создать комплексную систему управления безопасностью данных, чтобы уточнить полномочия и объем использования данных,

чтобы избежать утечки данных и злоупотреблений, но также может использовать передовые технологии шифрования данных для защиты безопасности данных.

Современным организациям необходимо создание научной системы управления человеческими ресурсами, чтобы обеспечить более научную и объективную основу для принятия решений по управлению человеческими ресурсами предприятия путем анализа и добычи данных, и в то же время она может быть основана на результатах обратной связи с данными для постоянной оптимизации и улучшения системы управления человеческими ресурсами для повышения производительности и конкурентоспособности предприятия.

Список литературы:

1. Ван Юй. Вызовы и ответы работы по управлению человеческими ресурсами предприятия в эпоху больших данных[J]. Реформа и управление предприятием, 2019(8): P.94-95.
2. Ван Ся. Инновации и развитие работы по управлению человеческими ресурсами предприятия в эпоху больших данных[J]. Управление малыми и средними предприятиями и наука и техника (журнал "Верхняя десятка"), 2017(10): P.77-78.
3. Лян Хайян. Инновации управления человеческими ресурсами предприятия в эпоху больших данных[J]. Наука и техника предприятия и развитие, 2020(12): P.245-246.
4. Чэнь Даньфэн. Размышления об инновациях в управлении человеческими ресурсами предприятия в эпоху "Интернет+"[J]. Бизнес-экономика, 2021(10): P.92-93.
5. Чжан Юе. Исследование инноваций и практики работы по управлению человеческими ресурсами предприятия в эпоху больших данных[J]. Современный бизнес, 2018(11): P.47-48.

ИССЛЕДОВАНИЯ ПО АНАЛИЗУ ДОЛЖНОСТЕЙ И СТРАТЕГИЯМ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА НА КИТАЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

ЮаньЦзякунь

*студент,
Северо-Восточного федерального университета,
РФ, г. Якутск
E-mail: yjk9012@163.com*

Ши Лунлун

*студент,
Северо-Восточного федерального университета,
РФ, г. Якутск*

Попова Людмила Николаевна

*научный руководитель,
канд. филос. наук, доц., специалист
в области социологии, конфликтологии,
корпоративной и организационной культуры,
Северо-Восточного федерального университета,
РФ, г. Якутск*

АННОТАЦИЯ

С быстрым развитием экономики Китая и усилением рыночной конкуренции у предприятий возникает все более острая потребность в управлении человеческими ресурсами. Анализ должностей и подбор персонала, как основные звенья в управлении человеческими ресурсами, имеют большое значение для повышения корпоративной эффективности и удовлетворенности сотрудников. В этой статье систематически анализируются характеристики работы и кадровые потребности китайских предприятий, исследуются способы достижения эффективного подбора персонала и приводятся целевые предложения по управлению человеческими ресурсами для китайских предприятий.

Ключевые слова: анализ должностей, подбор персонала, управление человеческими ресурсами, китайские предприятия.

1. Введение

С развитием глобальной экономической интеграции китайские предприятия сталкиваются с беспрецедентным конкурентным давлением. Чтобы выжить и развиваться в этой среде, компании должны постоянно повышать уровень управления человеческими ресурсами. Являясь основой и ключевым звеном управления человеческими ресурсами, анализ должностей и подбор персонала имеют большое значение для оптимизации распределения человеческих ресурсов на предприятиях и повышения удовлетворенности работой сотрудников и производительности труда. Целью этой статьи является предложить целевые стратегии оптимизации посредством углубленного анализа текущей ситуации с анализом должностей и подбором персонала на китайских предприятиях.

2. Текущая ситуация и проблемы анализа должностей

2.1. Определение и методы анализа должностей

Анализ должностей подразумевает сбор информации о работе с использованием научных методов, анализ и синтез этой информации для понимания характера, требований, трудностей и ценности работы. Результаты анализа должностей могут стать основой для принятия решений по управлению человеческими ресурсами, таких как набор, обучение и оценка. Часто используемые методы анализа работы: метод собеседования, метод наблюдения, дневниковый метод, метод анализа руководителя, метод анкетирования и т. д.

2.2. Текущая ситуация и проблемы анализа должностей на китайских предприятиях

2.2.1. Недостаточное внимание: Многие предприятия и отделы кадров не до конца понимают важность анализа должностей и считают его необязательным звеном. В результате анализу должностей часто не хватает достаточной поддержки и ресурсов во время процесса, что затрудняет его углубленное проведение.

2.2.2. Метод недостаточно научный: в реальной деятельности некоторые компании до сих пор используют относительно простые и обширные методы проведения анализа должностей, например, полагаясь исключительно на субъек-

тивные впечатления, ссылаясь на схожие должности и т. д. Это значительно снижает точность и объективность результатов анализа должностей, затрудняя их использование в качестве основы для принятия таких решений, как найм, обучение и оценка.

2.2.3. Нерегулярный сбор и обработка данных: Некоторые компании не могут создать полный механизм сбора и обработки данных при проведении анализа работы. Это может привести к получению неполных и искаженных данных, что повлияет на достоверность результатов анализа.

2.2.4. Ограниченная сфера применения. Применение анализа должностей на предприятиях в основном сосредоточено в таких областях, как подбор и обучение, тогда как в таких областях, как заработная плата, производительность и стимулирование, относительно мало приложений. Это не позволяет в полной мере реализовать роль анализа должностей и не способствует общему развитию предприятия.

2.2.5. Несвоевременное обновление: В некоторых компаниях результаты анализа должностей не обновляются в течение длительного времени, в результате чего результаты анализа далеки от реальной ситуации. Это не только влияет на точность принятия корпоративных решений, но также может привести к таким проблемам, как утечка мозгов.

2.2.6. Недостаточное межведомственное сотрудничество: анализ должностей включает в себя несколько отделов и должностей, что требует тесного сотрудничества между отделами. Однако в реальных операциях часто наблюдаются недостатки в межведомственном сотрудничестве, что влияет на плавность анализа заданий.

3. Стратегия подбора персонала

3.1. Определение и важность подбора персонала

Под подбором персонала понимается назначение сотрудников на должности, соответствующие их способностям, интересам и личностным характеристикам, для достижения оптимального сочетания сотрудников и должностей. Важность подбора персонала отражается в следующих аспектах:

1. Повышение удовлетворенности сотрудников работой: сотрудники, работающие на подходящих им должностях, могут лучше использовать свои способности и потенциал, тем самым повышая удовлетворенность работой.

2. Повышение эффективности работы. Подбор персонала помогает повысить эффективность работы сотрудников, поскольку сотрудники работают в тех областях, в которых они хорошо разбираются и которые им интересны, и могут быстрее выполнять задачи.

3. Снизить текучесть кадров: когда сотрудники чувствуют, что компания заботится об их росте и развитии, они с большей готовностью остаются в компании для долгосрочного развития.

4. Повышение конкурентоспособности предприятий: оптимизируя подбор персонала, предприятия могут в полной мере использовать преимущества сотрудников, повысить общую операционную эффективность и тем самым повысить конкурентоспособность.

3.2. Аспекты и методы подбора персонала Подбор персонала может осуществляться по следующим направлениям:

1. Сопоставление способностей: Оцените профессиональные навыки, знания, опыт и потенциал сотрудников и распределите их по подходящим должностям.

2. Соответствие интересов: Понимайте интересы и карьерные тенденции сотрудников, распределяйте сотрудников на должности, соответствующие их интересам, и повышайте энтузиазм сотрудников к работе.

3. Соответствие личности: анализируйте личностные характеристики сотрудников и распределяйте сотрудников на должности, соответствующие их личностям, чтобы они могли лучше использовать свои сильные стороны.

4. Сопоставление команды: учитывайте способность к сотрудничеству и коммуникативные навыки сотрудников в команде, чтобы обеспечить молчаливое понимание и сотрудничество между членами команды. Обычно используемые методы подбора персонала включают: собеседования, тесты способностей, личностные тесты, тесты карьерных интересов и т. д.

3.3. Текущая ситуация и проблемы подбора кадров на китайских предприятиях

1. Недостаточное понимание важности подбора кадров: Некоторые предприятия не в полной мере осознают положительную роль подбора кадров в развитии предприятий и рассматривают его как необязательное звено.

2. Метод сопоставления недостаточно научный: некоторые компании используют простые субъективные суждения или ссылаются на схожие должности для подбора персонала, что приводит к плохим результатам подбора.

3. Нерегулярный сбор и обработка данных. Когда компании проводят подбор персонала, сбор и обработка данных не стандартизированы, что влияет на точность результатов сопоставления.

4. Отсутствие постоянного совершенствования: некоторые компании не осознают необходимость постоянного улучшения подбора персонала, что приводит к неудовлетворительным результатам подбора персонала.

3.4. Стратегии оптимизации подбора персонала

1. Повысить осведомленность о подборе персонала: Повысить осведомленность руководителей компаний и сотрудников о важности подбора персонала и включить его в основное звено корпоративного стратегического планирования и управления человеческими ресурсами.

2. Внедрить научные методы подбора персонала: внедрить профессиональные инструменты и методы оценки для проведения объективного и всестороннего подбора персонала.

3. Стандартизировать сбор и обработку данных: создать полный механизм сбора и обработки данных для обеспечения точности сопоставления результатов.

4. Регулярная оценка и корректировка: регулярно оценивайте эффект подбора персонала и вносите корректировки и оптимизации на основе результатов оценки.

5. Усилить обучение и развитие: предоставить персонализированные планы обучения и развития, основанные на недостатках способностей и потребностях сотрудников, чтобы помочь сотрудникам улучшить свои собственные качества и улучшить соответствие работе.

6. Создать и усовершенствовать механизм стимулирования: путем создания разумной системы служебной аттестации и механизма стимулирования стимулировать энтузиазм и креативность сотрудников, а также повышать удовлетворенность работой сотрудников.

7. Укреплять построение корпоративной культуры: культивировать позитивную корпоративную культуру, создавать честную, справедливую и открытую рабочую атмосферу, а также привлекать и удерживать выдающиеся таланты.

4. Анализ ситуации

4.1. История предприятия и текущее управление человеческими ресурсами
Среднее технологическое предприятие (далее именуемое «Предприятие А») было создано 10 лет назад и в основном занимается разработкой программного обеспечения и услугами информационных технологий. Благодаря быстрому развитию бизнеса компания постепенно увеличивалась в размерах и на данный момент насчитывает около 800 сотрудников. Что касается управления человеческими ресурсами, компания А создала относительно полную систему подбора, обучения, заработной платы и производительности, но анализ должностей и подбор персонала все еще нуждаются в усилении.

4.2. Практика анализа должностей и подбора персонала в кейс-компаниях
В целях оптимизации управления человеческими ресурсами Компания А решила внедрить систему профессионального анализа должностей и подбора персонала. Конкретные методы заключаются в следующем:

1. Анализ работы: используйте интервью, наблюдения, анкеты и другие методы для проведения углубленного анализа каждой должности в компании и выяснения обязанностей, требований, трудностей и ценностей должностей.

2. Подбор персонала: Подбор персонала осуществляется на основе результатов анализа должностей и в сочетании с академической квалификацией, опытом работы, способностями, интересами и другими факторами сотрудников.

3. Разработать планы обучения и развития: Разработать персонализированные планы обучения и развития, основанные на недостатках способностей и интересов сотрудников, чтобы помочь сотрудникам улучшить свои собственные качества и улучшить соответствие работе.

4. Создать механизм стимулирования: Создать разумную систему служебной аттестации и механизм стимулирования для стимулирования энтузиазма и творчества сотрудников.

5. Укрепить построение корпоративной культуры: культивировать позитивную корпоративную культуру и создавать честную, справедливую и открытую рабочую атмосферу.

4.3. Оценка и анализ эффекта подбора персонала на конкретном предприятии. После периода практики эффект подбора персонала на предприятии А постепенно проявился:

1. Повышение удовлетворенности работой сотрудников: благодаря подбору персонала сотрудники работают на более подходящих для них должностях, и их удовлетворенность работой значительно повысилась.

2. Повышение эффективности работы: сотрудники работают в тех областях, в которых они хороши и которые им интересны, и эффективность их работы повысилась.

3. Снижение текучести кадров: сотрудники чувствуют, что компания заботится об их росте и развитии, и их желание уйти снижается.

4. Повышение корпоративной конкурентоспособности. За счет оптимизации подбора персонала повышается эффективность корпоративной деятельности, повышается удовлетворенность клиентов и повышается конкурентоспособность. Краткое описание: После того как компания А внедрила систему анализа должностей и подбора персонала, ее управление человеческими ресурсами было эффективно оптимизировано. Благодаря научному анализу должностей и подбору персонала компании могут достичь оптимального сочетания сотрудников и должностей, повысить удовлетворенность и эффективность работы сотрудни-

ков, снизить текучесть кадров и повысить корпоративную конкурентоспособность. В будущем компания А продолжит углублять реформу управления человеческими ресурсами, предоставлять сотрудникам лучшую платформу для развития и добиваться устойчивого развития компании.

5. Рекомендации по анализу должностей и подбору персонала на китайских предприятиях

5.1. Повысить осведомленность об анализе должностей и подборе персонала. Предприятия должны придавать большое значение важной роли анализа должностей и подбора персонала в управлении человеческими ресурсами и рассматривать это как улучшение корпоративной конкурентоспособности и сотрудников. ключевое звено удовлетворения. Руководители корпораций и отделы кадров должны иметь глубокое понимание принципов и методов анализа должностей и подбора персонала, а также постоянно обобщать опыт реальных операций для улучшения эффектов подбора.

5.2. Создать и усовершенствовать систему анализа должностей и подбора персонала. Предприятиям следует создать и усовершенствовать систему анализа должностей и подбора персонала, чтобы обеспечить упорядоченное выполнение всей работы. В частности:

1. Разработать четкий процесс анализа работы, включая сбор данных, анализ, оценку и обратную связь.

2. Разработать разумные стандарты подбора персонала с учетом академической квалификации, опыта работы, способностей, интересов и других факторов сотрудников.

3. Разработать планы обучения и развития, чтобы предоставить сотрудникам персонализированные пути карьерного роста.

4. Создать эффективный механизм стимулирования для стимулирования энтузиазма и творчества сотрудников.

5.3. Внедрение передовых концепций и технологий управления человеческими ресурсами Предприятия могут учиться на передовых концепциях и технологиях управления человеческими ресурсами в стране и за рубежом, чтобы оптимизировать процесс анализа должностей и подбора персонала. Например:

1. Внедрить инструменты профессиональной оценки для проведения объективного и всестороннего подбора персонала.

2. Использовать большие данные, искусственный интеллект и другие технологии для повышения эффективности сбора, анализа и обработки данных.

3. Извлекать практический опыт передовых предприятий и постоянно совершенствовать и оптимизировать систему анализа должностей и подбора персонала.

5.4. Усиление обучения и развития сотрудников. Предприятия должны уделять внимание карьерному росту сотрудников и усиливать работу по обучению и развитию:

1. Обеспечить персонализированные учебные курсы и ресурсы, основанные на отсутствии у сотрудников способностей и интересов.

2. Поощряйте сотрудников участвовать в профессиональном обучении и сертификации для улучшения их собственных качеств и возможностей.

3. Создать систему планирования карьеры, чтобы помочь сотрудникам определить направление своего карьерного развития.

4. Проводить внутренние и внешние коммуникационные мероприятия для расширения кругозора сотрудников и межличностных отношений.

Благодаря приведенным выше предложениям предприятия могут еще больше повысить эффективность анализа должностей и подбора персонала, оптимизировать управление человеческими ресурсами, повысить удовлетворенность работой и эффективность работы сотрудников, снизить текучесть кадров и тем самым повысить конкурентоспособность предприятий.

6. Заключение

В данной статье рассматривается текущая ситуация с анализом должностей и подбором персонала на китайских предприятиях, анализируются проблемы, существующие в работе, и предлагаются стратегии целевой оптимизации. посредством анализа случаев подтверждается важная роль анализа должностей и подбора персонала в управлении человеческими ресурсами предприятия. Мы надеемся, что исследования в этой статье смогут предоставить эффективные рекомендации и рекомендации по управлению человеческими ресурсами для китайских предприятий в условиях жесткой конкуренции, добиться эффективного распределения человеческих ресурсов и повысить корпоративную конкурентоспособность.

Список литературы:

1. Чжан Хуа, Ян Ян. Исследование анализа должностей и подбора персонала в управлении человеческими ресурсами на предприятии [J]. Management Review, 2017, 29(6): 88-95.
2. Ван Сяоянь. Исследование стратегий подбора персонала на основе анализа должностей[D], Хэбэйский университет экономики и бизнеса, 2016.
3. Чжоу Цзинь. Исследования по анализу должностей и подбору персонала в управлении человеческими ресурсами на предприятии [J]. Современный бизнес и торговая индустрия, 2019, 40 (16): 169-170.
4. Чэнь Сина. Эмпирическое исследование по анализу должностей и подбору персонала в управлении человеческими ресурсами на предприятии [D], Гуандунский университет финансов и экономики, 2018. Ниже приведены некоторые ссылки на анализ должностей и подбор персонала на китайских предприятиях:
5. Чэнь Чуньхуа, Ян Чжуан . Управление человеческими ресурсами: теория и практика[M]. Пекин: Издательство Университета Цинхуа, 2013.
6. Ли Сяобин. Исследования по анализу должностей и подбору должностей[J]. Управление человеческими ресурсами, 2010(4).
7. Чжан Чжиюн, Цай Жуймин. Исследование набора и распределения сотрудников на основе анализа должностей[J]. Развитие человеческих ресурсов Китая, 2012(8).
8. Мэн Сянлинь, Чжао Бэйбэй. Исследования по анализу должностей на предприятии и подбору персонала[J]. Экономика предприятия, 2015(5).

9. Дэн Гочжун, Ван Лицзюнь. Исследования по анализу должностей и подбору персонала на основе компетенций [J]. Управление персоналом, 2014(2).
10. Хао Дунмин, Ван Фан. Текущая ситуация и тенденции развития управления человеческими ресурсами на китайских предприятиях[J]. Развитие человеческих ресурсов Китая, 2011(12).
11. Ли Маосэнь. Практика управления человеческими ресурсами[M]. Пекин: Издательство Пекинского университета, 2016.
12. Ван Хун, Лю Фэн. Исследования по анализу должностей на предприятии и подбору персонала на основе больших данных [J]. Современный менеджмент, 2017(3).

СЕКЦИЯ «ПЕДАГОГИКА»

РОЛЬ И ВЛИЯНИЕ ТРАДИЦИОННОЙ КИТАЙСКОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПЛАНИРОВАНИЕ КАРЬЕРЫ СТУДЕНТОВ КОЛЛЕДЖА

Се Чжунь

*студент,
Северо-Восточный федеральный
университет им. М.К. Аммосова,
РФ, г. Якутск*

Юань Шаои

*студент,
Северо-Восточный федеральный
университет им. М.К. Аммосова,
РФ, г. Якутск
E-mail: yuan_shaoyi@qq.com*

Федоров Юрий Юрьевич

*научный руководитель, канд. экон. наук,
кафедра социологии и управления персоналом,
заместитель директора по научной работе,
Северо-Восточный федеральный
университет им. М.К. Аммосова,
РФ, г. Якутск*

АННОТАЦИЯ

Цель данной статьи – изучить роль и влияние традиционной китайской культуры на планирование карьеры студентов колледжа. В результате глубокого анализа выяснилось, что китайская традиционная культура играет важнейшую роль в формировании правильных карьерных ценностей, воспитании хороших моральных качеств, повышении адаптивности студентов колледжа к карьере и содействию развитию карьеры. Кроме того, традиционная китайская культура оказывает глубокое влияние на планирование карьеры студентов колледжа с точки зрения выбора профессии, развития карьерных навыков, карьерного мышления и качества карьеры, а также карьерного роста и карьерного успеха. Департаменты образования и школы, сами студенты колледжей и все слои общества

должны усилить обучение и руководство традиционной китайской культурой при планировании карьеры, а также помочь студентам колледжей в полной мере использовать традиционные культурные ресурсы для повышения качества карьеры и всесторонней способности справляться со сложной и меняющейся карьерной средой и проблемами.

Ключевые слова: китайская традиционная культура; студенты колледжа; планирование карьеры; роль; влияние

1. Роль традиционной китайской культуры в планировании карьеры студентов колледжа

В процессе планирования карьеры студентов колледжа традиционная китайская культура играет важнейшую роль. Ее глубокое наследие и богатые концепции служат ценным руководством и вдохновением для студентов колледжа. В частности, роль традиционной китайской культуры в планировании карьеры студентов колледжа в основном отражается в следующих аспектах:

1.1. Формирование правильных ценностей карьеры

Концепции "единства Неба и человека", "доброжелательности" и "преданности", которые подчеркиваются в традиционной китайской культуре, устанавливают правильные профессиональные ценности для студентов колледжа. Они призывают людей стремиться к истине, добру и красоте, выполнять свой долг и служить обществу. Под руководством таких ценностей студенты колледжа могут более четко понимать свою профессиональную миссию, иметь твердые профессиональные убеждения и избегать слепой погони за деньгами и властью.

1.2. Воспитание хорошей профессиональной этики

Профессиональная этика – неотъемлемое качество в профессиональной карьере. В китайской традиционной культуре такие моральные понятия, как честность, преданность, трудолюбие и порядочность, глубоко укоренились в сердцах

людей. Эти моральные понятия помогают студентам колледжа сформировать такие прекрасные качества, как добросовестность, усердие и преданность делу на работе, чтобы завоевать уважение и доверие окружающих в своей карьере.

1.3. Повышение адаптивности студентов к карьере

Концепции "срединного пути" и "гармонии" в традиционной китайской культуре учат людей сохранять равновесие и стабильность в сложной и меняющейся обстановке. Эта мудрость помогает студентам колледжа корректировать свое мышление и позитивно реагировать на вызовы на рабочем месте, а также повышает их карьерную адаптивность. В то же время дух обучения "никогда не уставать учиться и никогда не уставать учить" побуждает студентов колледжа продолжать учиться и добиваться успехов на рабочем месте, а также повышать свой профессионализм.

1.4. Содействие карьерному росту студентов университета

Дух "самосовершенствования" и "добродетели" в традиционной китайской культуре служит мощным стимулом для карьерного роста студентов колледжа. Этот дух вдохновляет студентов колледжа на предприимчивость и инновации, позволяя им стремиться к совершенству и реализовывать себя в карьере. В то же время идея "гармония ценна" в традиционной китайской культуре помогает студентам колледжа установить хорошие межличностные отношения на рабочем месте и создать больше возможностей для карьерного роста.

Подводя итог, можно сказать, что роль традиционной китайской культуры в планировании карьеры студентов колледжа многогранна, что не только помогает студентам колледжа установить правильные карьерные ценности и моральные концепции, но и повышает их адаптивность к карьере и мотивацию к развитию. Поэтому в процессе планирования карьеры студенты колледжа должны глубоко изучить и понять суть традиционной китайской культуры, а также интегрировать ее в планирование и практику карьеры, чтобы заложить прочный фундамент для своего будущего карьерного роста.

2. Влияние традиционной китайской культуры на планирование карьеры студентов колледжа

Китайская традиционная культура – это культурная система с долгой и глубокой историей, и содержащиеся в ней идеи, ценности и моральные концепции оказывают глубокое влияние на планирование карьеры студентов колледжа. Это влияние проявляется в основном в следующих аспектах:

2.1. Влияние на выбор профессии

Идея "единства неба и человечества" в традиционной китайской культуре подчеркивает гармонию между человеком и природой и стремление к внутреннему миру и удовлетворению. Эта идея побуждает студентов колледжа уделять больше внимания собственным интересам и увлечениям при выборе профессии и заниматься работой, которая соответствует их собственной природе, а не просто стремиться к деньгам и статусу. В то же время концепция "уважения к учителям" в традиционной культуре также побуждает студентов колледжа выбирать профессии, полезные для общества, такие как образование и научные исследования, чтобы реализовать единство личных и общественных ценностей.

2.2. Влияние на развитие профессиональных навыков

Традиционная китайская культура подчеркивает наследование практики и навыков, а также пропагандирует концепции "учиться время от времени" и "практика делает совершенным". Эта концепция побуждает студентов колледжа уделять внимание не только усвоению теоретических знаний, но и развитию практических навыков в процессе обучения. В то же время дух "стремления к совершенству" в традиционной культуре также вдохновляет студентов колледжа постоянно совершенствовать свои навыки и стремиться к совершенству в своей карьере.

2.3. Влияние карьерного мышления и профессионализма

Концепции "срединного пути" и "гармонии" в традиционной китайской культуре учат людей сохранять спокойствие и стремиться к внутреннему миру.

Такой менталитет помогает студентам сохранять спокойствие и рациональность, когда они сталкиваются с неудачами и трудностями на рабочем месте, и активно искать пути решения проблем. В то же время такие понятия профессионализма в традиционной культуре, как "честность" и "преданность", также глубоко запечатлелись в профессиональном сознании студентов колледжа, так что они всегда будут придерживаться профессиональной этики и делать все возможное на рабочем месте.

2.4. Влияние на карьерный рост и успех

Дух "самосовершенствования" и "добродетели" в традиционной китайской культуре вдохновляет студентов колледжа на предприимчивость и новаторство, благодаря чему они готовы бросать себе вызов и стремиться к совершенству в своей карьере. Этот дух способствует карьерному росту студентов колледжа и дает им преимущество в конкурентной борьбе на рабочем месте. В то же время идея "гармония ценна" в традиционной культуре также учит студентов колледжа уделять внимание командной работе и построению межличностных отношений на рабочем месте, что закладывает основу для их профессионального успеха.

В заключение следует отметить, что влияние традиционной китайской культуры на планирование карьеры студентов колледжа очень велико, оно оказывает влияние на карьерные ценности студентов, выбор профессии, развитие карьерных навыков, карьерный менталитет и качество карьеры, а также на развитие карьеры и карьерный успех. Поэтому студенты колледжа должны полностью изучить и использовать ценные ресурсы традиционной китайской культуры при планировании карьеры, интегрировать их в планирование и практику карьеры, постоянно улучшать качество карьеры и всесторонние способности, а также заложить прочный фундамент для будущего карьерного роста.

3. Заключение и перспективы

В результате глубокого исследования роли и влияния традиционной китайской культуры на планирование карьеры студентов колледжа в данной работе сделаны следующие выводы:

Во-первых, традиционная китайская культура играет важную роль в планировании карьеры студентов колледжа. Ее богатые профессиональные концепции и этические понятия служат ценным руководством и вдохновением для студентов колледжа, помогая им установить правильные профессиональные ценности, воспитать хорошие профессиональные этические качества, повысить профессиональную адаптацию и способствовать развитию карьеры.

Во-вторых, влияние китайской традиционной культуры на планирование карьеры студентов колледжа многогранно. Традиционная культура играет важную роль, начиная с выбора карьеры, развития карьерных навыков, формирования карьерного мышления и качества карьеры и заканчивая развитием карьеры и карьерным успехом. Она помогает студентам сосредоточиться на своих личных интересах и увлечениях и заниматься работой в соответствии со своей природой; подчеркивает наследование практики и навыков и поощряет дух совершенства; учит сохранять спокойствие и стремиться к внутреннему миру; стимулирует дух предпринимательства и инноваций, а также делает акцент на работе в команде и построении межличностных отношений.

Заглядывая в будущее, мы продолжаем подчеркивать важность традиционной китайской культуры в планировании карьеры студентов колледжа. С развитием глобализации и научно-технического прогресса студенты колледжей сталкиваются с более сложными и меняющимися условиями и проблемами карьеры. В этом процессе глубокое понимание и применение традиционной китайской культуры станет для них важным способом повышения качества карьеры и конкурентоспособности.

Для дальнейшего развития роли и влияния традиционной китайской культуры в планировании карьеры студентов колледжа следует обратить внимание на следующие моменты:

Во-первых, отделы образования и школы должны усилить обучение и руководство традиционной китайской культурой при планировании карьеры. Предлагая соответствующие курсы, организуя лекции и практические мероприятия,

они должны помочь студентам глубоко понять и оценить суть традиционной культуры и применять ее в реальном планировании карьеры.

Во-вторых, сами студенты колледжа также должны повышать свою осведомленность о традиционной китайской культуре и придавать ей большое значение. Они должны проявлять инициативу в изучении и передаче профессиональных и моральных концепций традиционной культуры, внедрять их в планирование и практику карьеры, а также постоянно повышать свои профессиональные качества и всесторонние способности.

Наконец, все слои общества должны активно пропагандировать и поддерживать применение и продвижение традиционной китайской культуры в планировании карьеры студентов колледжа. Посредством поддержки политики, финансирования проектов, сотрудничества и обмена следует содействовать органичной интеграции традиционной культуры и современного планирования карьеры, чтобы создать больше возможностей и условий для развития карьеры студентов колледжа.

Нельзя игнорировать роль и влияние китайской традиционной культуры на планирование карьеры студентов колледжа. Глубоко изучая и применяя ценные ресурсы традиционной культуры, мы можем обеспечить мощную поддержку и руководство для развития карьеры студентов колледжа и помочь им продвигаться по успешному карьерному пути.

Список литературы:

1. Лю Минсен, Сяо Цян. Исследование интеграции китайской превосходной традиционной культуры в обучение студентов колледжа планированию карьеры // Журнал Северо-Центрального университета: издание по общественным наукам. –2018. –Vol.34. –№5. –Р.158-162.
2. Ду Яньлинь, Цюй Чжэньлянь. Планирование профессиональной карьеры: значение профессионального образования // Форум профессионального образования. –2011. –№7. –Р.42-47.
3. Ни Коньин. Предварительное исследование стратегии локализации обучения студентов колледжа планированию карьеры // Электронный журнал "Энциклопедия Форума. –2020. –№15. –Р.246.

4. Чэнь Цзюньрун. Исследование ориентации планирования карьеры студентов колледжа на основе закона процесса идеологического и политического воспитания // Чунцин: Чунцинский университет Цзяотун. – 2017. DOI:10.7666/d.Y3225592.
5. Хуан Саньпин. Исследование и практика развития профессиональной грамотности при наследовании традиционной культурной классики – преподавание "Аналектов Конфуция" в качестве примера // Профессиональное образование в сфере здравоохранения. // – 2019. – Vol.37. – №2. – P.54-56.

СЕКЦИЯ
«ПСИХОЛОГИЯ»

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
ПОДРОСТКОВОЙ АГРЕССИВНОСТИ

Бердник Екатерина Александровна

*магистрант,
Российский государственный
социальный университет,
РФ, г. Москва
E-mail: humbab@mail.ru*

Романова Анжела Валерьевна

*научный руководитель,
канд. психол. наук, доц.,
Российский государственный
социальный университет,
РФ, г. Москва*

PSYCHOLOGICAL FEATURES OF ADOLESCENT AGGRESSIVENESS

Ekaterina Berdnik

*Master's student,
Russian State Social University
Russia, Moscow*

Angela Romanova

*Scientific adviser,
Candidate of Psychological
Sciences, Associate Professor,
Russian State Social University
Russia, Moscow*

АННОТАЦИЯ

В статье представлена попытка выявить особенности подростковой агрессивности и провоцирующие ее факторы.

ABSTRACT

The article presents an attempt to identify the features of adolescent aggressiveness and the factors provoking it.

Ключевые слова: подростковый возраст, агрессия, самооценка, кризис.

Keywords: adolescence, aggression, self-esteem, crisis

Подростковый возраст в психологии считается противоречивым и предельно сложным. Его часто называют пубертатным (от англ. Puberty – половая зрелость), а также «переходным», «трудным», «критическим», «переломным». Этот период жизни человека привлекает особое внимание исследователей вот уже более ста лет. На данный момент учеными собрано немалое количество информации о психологических особенностях человека на данном этапе развития. В настоящее время проводится множество исследований, изучающих спектр потребностей, интересов, идеалов, подростков, особенностей формирования морально-нравственных представлений, воли, мотивации и других факторов, определяющих их развитие. Подростковый возраст как бы отделяет детство от взрослой жизни, где участие в общественной деятельности является обязательным. В древних обществах, практически всегда, переход от детства к взрослости сопровождался особыми ритуальными актами, в процессе которых ребенок приобретал другой социальный статус, а иногда даже и новое имя и, как бы, обретал новое рождение. [2].

Подростковый возраст (12-13 – 15-16 лет), приблизительно совпадает с периодом обучения в пятом–девятом классах школы, но фактически он может не совпадать с началом обучения в пятом классе и наступать годом раньше или позже. Границы пубертатного этапа не статичны и зависят от особенностей индивидуального развития. Спецификой данного возрастного периода является переход от эпохи детства к эпохе взрослости, важности и сложности, связанных с этим, процессов умственного, физического, социального и нравственного развития. По всем этим направлениям происходят качественно новые преобразования, в результате перестройки организма, протекания психических процессов, способов социального взаимодействия с окружающими, проявления самосознания, формирования и становления норм морали и этики, определяющих деятельность

и поведение, появляются признаки взросления. Внешне это, зачастую, выражается сменой положительного поведения на непослушание, своеобразие, грубость, неуравновешенность и недоброжелательность по отношению к взрослым или усугублением уже имеющихся отрицательных качеств личности, в основе чего лежит стремление дать понять, что ребенок уже вырос. Если же взрослеющий ребенок находит поддержку и понимание со стороны взрослых, то этот период оказывается благоприятным для формирования положительных качеств личности – самостоятельности, решительности, наличия собственного мнения, адекватной самооценки и мировоззренческой позиции, системы ценностей и принципов. Стилль поведения, в том числе и агрессивного, зачастую складывается в зависимости от возрастных особенностей человека. Каждому возрастному этапу соответствует определенная социальная ситуация развития, которая определяет специфические условия формирования личности. Процесс адаптации к этим условиям может провоцировать агрессивные проявления. На данном этапе формируются новообразования личности, в организме происходят не только физические изменения, но и фундаментальная перестройка психологических структур, сложившихся на предыдущих этапах. Закладываются основы личности, характера, осознанного произвольного поведения, выявляется направленность социальных и морально-нравственных установок. Подростковый возраст является важнейшим периодом развития индивидуума и оказывает влияние на всю его дальнейшую жизнь. Переход от детства к взрослости, бурная гормональная перестройка, расширение привычной школьной деятельности и обязанностей социальной направленностью – провоцируют податливость и уязвимость подростка к негативному влиянию окружающей среды [1].

Внутри подросткового возраста, как у мальчиков, так и у девочек существуют возрастные периоды с более высоким и более низким уровнем проявления агрессивного поведения.

Также психологами установлено, что у мальчиков имеются два пика проявления агрессии: 12 лет и 14-15 лет. У девочек тоже обнаруживаются два пика: наибольший уровень проявления агрессивного поведения отмечается в 11 лет и

в 13 лет [4]. Сравнение степени выраженности различных компонентов агрессивного поведения у мальчиков и девочек показало, что у мальчиков наиболее выражена склонность к прямой физической и прямой вербальной агрессии, а у девочек – к прямой вербальной и к косвенной вербальной. Таким образом, для мальчиков наиболее характерно не столько предпочтение агрессии по критерию «вербальная – физическая», сколько выражение ее в прямой, открытой форме и непосредственно с конфликтующим. Для девочек же характерно предпочтение именно вербальной агрессии в любых ее формах – прямой или косвенной, хотя косвенная форма оказывается все-таки более распространенной. Тенденция большей выраженности у мальчиков прямой агрессии (часто физической), а у девочек – косвенной вербальной, очевидно, является характерной для подростков различных этносов.

В исследовании Семенюк Л.М. было показано, что если у 10-11-летних подростков преобладают проявления физической агрессии, то по мере взросления у подростков 14-15 лет на первый план выходит вербальная агрессия [6]. Это, однако, не связано со снижением проявления физической агрессии с возрастом. Максимальные показатели проявления всех форм агрессии (как физической, так и вербальной) обнаруживаются именно в 14-15 лет. Но динамика роста физической и вербальной агрессии по мере взросления неодинакова: проявления физической агрессии хотя и увеличиваются, но незначительно. А вот проявления вербальной агрессии растут существенно более быстрыми темпами. Структура проявления различных форм агрессии обусловлена одновременно как возрастными, так и половыми особенностями. В раннем подростковом возрасте у мальчиков доминирует физическая агрессия, а у девочек она выражена незначительно – они отдают предпочтение вербальной форме проявления агрессии. Однако, как показывают исследования, уже в возрасте 12-13 лет как у мальчиков, так и у девочек наиболее выраженной оказывается такая форма проявления агрессии, как негативизм [5].

Агрессивные подростки, при всём различии их личностных характеристик и особенностей поведения, отличаются некоторыми общими чертами. К таким

чертам относится бедность ценностных ориентаций, их примитивность, отсутствие увлечений, узость и неустойчивость интересов. У этих детей, как правило, низкий уровень интеллектуального развития, повышенная внушаемость, раздражительность, недоразвитость нравственных представлений. Им присуща эмоциональная грубость, озлобленность, как против сверстников, так и против окружающих взрослых. У таких подростков наблюдается крайняя самооценка (либо максимально положительная, либо максимально отрицательная), повышенная тревожность, страх перед широкими социальными контактами, эгоцентризм, неумение находить выход из трудных ситуаций, преобладание защитных механизмов над другими механизмами, регулирующими поведение. Вместе с тем среди агрессивных подростков встречаются и дети хорошо интеллектуально и социально развитые. У них агрессивность выступает средством поднятия престижа, демонстрация своей самостоятельности, взрослости [2]. Известно, что у ребенка в подростковом возрасте происходит переориентация одних ценностей на другие. Подросток стремится занять новую социальную позицию, соответствующую его потребностям и возможностям. При этом социальное признание, одобрение, принятие в мире взрослых и сверстников становится для него жизненно необходимым. Лишь их наличие обеспечивает переживание подростком чувства собственной ценности. Неслучайно поэтому истоки агрессивности подростков лежат, как правило, в семье, в отношениях ее членов (ссоры, отторжение ребенка, его принуждение, в том числе наказанием, страхом и т.п.) и в меньшей мере в противодействии со сверстниками, учителями.

Список литературы:

1. Долгова В.И., Иванова Л.В., Банщикова А.И. Психологические особенности агрессивного поведения подростков // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 31. – С. 11–15.
2. Дубинко Н.А. К проблеме условий и движущих факторов агрессии // Социально-педагогическая работа. – М.: – 2010, – №4. – С. 85-92.
3. Каширская И.К. Социально–психологический анализ основных источников информации и процесс гендерной социализации: учебное пособие. – СПб.: Питер, 2003.

4. Ковалев П.А. Возрастно-половые особенности отражения в сознании структуры собственной агрессивности и агрессивного поведения: Автореф. канд. дисс. – СПб., 1996.
5. Особенности агрессивного поведения несовершеннолетних и основы его профилактики: методические рекомендации // Под ред. Н.В. Аликиной. – Киев, 1991.
6. Семенюк Л.М. Психологические особенности агрессивного поведения подростка и условия его коррекции. – М.: Воронеж, 1996.

УСЛОВИЯ ПРОФИЛАКТИКИ АГРЕССИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ В МЛАДШЕМ ШКОЛЬНОМ ВОЗРАСТЕ

Орлова Анастасия Игоревна

*магистрант,
Российский государственный
социальный университет,
РФ, г. Москва
E-mail: humbab@mail.ru*

Романова Анжела Валерьевна

*научный руководитель,
канд. психол. наук, доц.,
Российский государственный
социальный университет,
РФ, г. Москва*

CONDITIONS FOR THE PREVENTION OF AGGRESSIVE BEHAVIOR IN PRIMARY SCHOOL AGE

Anastasia Orlova

*Master's student,
Russian State Social University,
Russia, Moscow*

Angela Romanova

*Scientific adviser,
Candidate of Psychological
Sciences, Associate Professor,
Russian State Social University,
Russia, Moscow*

АННОТАЦИЯ

В статье анализируется понятие «психопрофилактика», обозначаются три основания для типологии задач психопрофилактической работы.

ABSTRACT

The article analyzes the concept of "psychoprophylaxis", identifies three bases for the typology of tasks of psychoprophylactic work.

Ключевые слова: агрессия, агрессивное поведение, психопрофилактика.

Keywords: aggression, aggressive behavior, psychoprophylaxis.

Работа с детьми, склонными к агрессивному поведению, имеет два ведущих направления: превенция (как предупреждение, профилактика) и интервенция (как преодоление, коррекция, реабилитация). [3, с. 80]. В соответствии с целью настоящего исследования остановимся подробно на понятии и специфике профилактики. В самом широком смысле профилактика определяется как осуществление ряда предупредительных мероприятий, направленных на предотвращение возникновения тех или иных проблем в обозримом будущем ребенка, либо на предупреждение той или иной проблемы непосредственно перед ее возникновением [1, с. 160]. В современной литературе это понятие чаще имеет узкое толкование и определяется профессиональной позицией того или иного автора.

Представители Санкт-Петербургской школы психотерапии считают, что профилактические задачи преимущественно реализуются через психологическую коррекцию, а непосредственное воздействие на отклонение оказывается в рамках психотерапии [2, с. 108]. Мы считаем, что такая дифференциация искусственная. Прежде всего искусственность определяется невозможностью на практике отделить состояние предболезни от собственно заболевания, а из процесса лечения исключить предупреждение (или профилактику). Кроме того, система восстановления и реабилитации предполагает комплексный характер, учитывающий биологический, психологический и социальный факторы возникновения нарушения, каждый из которых требует и терапии, и коррекции. Когда психологический фактор при том или ином нарушении выступает как один из причинных, то его профилактика может по содержанию работы совпадать с содержанием психокоррекции. А поэтому отделить одно от другого вне анализа конкретного случая невозможно.

Другая точка зрения строится на допущении, что профилактика направлена на любое предупреждение потенциальных нарушений при норме психического здоровья. Данная точка зрения является противоположной распространенному медицинскому подходу и отражает представления современных педагогов и психологов. Пахальян В.Э. отмечает: «В настоящее время становится все более яс-

ным, что система образования может и должна являться не менее важным фактором здравоохранения, чем медицина. А в плане профилактики так называемых болезней поведения и эмоциональных нарушений – и более важной» [4, с. 49].

В своем исследовании мы будем опираться на определение психопрофилактики Т.Г. Харитоновой, которая понимает ее, с одной стороны, как самостоятельный, интегрирующий вид деятельности практического психолога, нацеленный на предупреждение, предотвращение и преодоление проблем в психологическом здоровье личности; с другой – как смыслообразующий и связующий компонент всей деятельности психологической службы, заключающийся в обеспечении психолого-педагогических условий гармоничного развития личности [5, с. 262].

В психопрофилактике прослеживается системный характер, раскрывающий ее сущность и специфику. По мнению В.Э. Пахальяна, при рассмотрении психопрофилактики в качестве системообразующего вида деятельности психолога, необходимо учитывать его взаимодействие с различными специалистами по созданию государственной системы профилактической работы и учитывать социальные, юридические, медицинские факторы физического, психического и психологического здоровья личности в условиях образовательных сред [4, с. 49].

Проанализировав подходы к классификации видов профилактики, позволило обозначить три основания для типологии задач психопрофилактической работы:

1. Исследование психологической реальности, на которую будет направлена последующая профилактика.
2. Построение уровней реализации профилактики с учетом тяжести нарушения или неблагополучия.
3. Привлечение к задачам профилактики субъектов образовательного процесса из вне (близкие люди, педагоги и пр.) [4, с. 49], [5, с. 263]

Как считает Т.Г. Харитонова, специфичность профилактики определяет целостностью ее организации, когда все виды деятельности (психодиагностика, психологическое просвещение, консультативная и коррекционно-развивающая

работа) выступают в качестве средств ее реализации и используются в совокупности и определенной последовательности [5, с. 265].

Согласимся с мнением автора, что данные виды работ при решении самостоятельных задач должны включать в себя и задачи профилактики. В этом заключается еще одна специфичность профилактики, которая позволяет рассматривать ее не только как самостоятельный вид деятельности психолога, но и как необходимый смыслообразующий компонент любой его деятельности. Ориентируясь на профилактическую задачу в любой деятельности, создавая благоприятные психолого-педагогические условия психолог ставит своей целью развитие того, с кем вступает во взаимодействие, и тем самым, обогащает любой другой вид своей профессиональной деятельности [5, с. 265] Это же показал и наш анализ, в ходе которого мы определили, что в психолого-педагогической литературе существует тенденция соотносить психопрофилактику с просвещением (И.В. Дубровина, Р.В. Овчарова), с коррекцией (Д.А. Иванов, С.В. Кривцова), с диагностикой (М.Р. Битянова, Д.А. Иванов) и с консультированием (Ю.Г. Демьянов, Р.В. Овчарова).

Каждая психопрофилактическая методика, в зависимости от критерия направленности может относиться к одной из следующих групп.

1. Методика «предкризисной профилактики», целью которой является своевременные и эффективные предупреждения возможных неблагоприятных последствий «кризисов» в развитии ребенка.

2. Методика «локальной (актуальной, оперативной) психопрофилактики», которая своевременно и эффективно предупреждает возможные неблагоприятные последствия, предстоящие в жизни ребенка «локальных» событий (введение новой программы, реорганизация группы).

3. Методика «индивидуальной психопрофилактики», которая преследует цели предупреждения возможных неблагоприятных последствий, предстоящих в жизни конкретного ребенка событий в его личной жизни (развод родителей, переход в другой детский сад).

В качестве цели психопрофилактики рассматривается предупреждение, предотвращение и преодоление проблем, связанных с психологическим здоровьем

личности, а основные (общие) задачи отражаются в содержании других видов деятельности, тем самым обеспечивая целостность профессионального воздействия:

- анализ образовательных программ, психолого-педагогических условий и результатов (эффективности) деятельности специалистов ОУ в контексте задач возрастного развития личности ребенка на разных этапах онтогенеза;

- изучение индивидуальных особенностей личности (в их динамике) и выявление рисков, психологических причин трудностей, и таких особенностей субъектов профессионального взаимодействия, которые могут привести к нарушениям в их поведении, деятельности и характере межличностных отношений;

- определение позитивных сторон в развитии личности субъектов профессионального взаимодействия и создание ситуаций успеха в той деятельности, которая является для них особо значимой;

- своевременное, адресное информирование субъектов профессионального взаимодействия по актуальным психологическим проблемам с применением специально подготовленных рекомендаций, информационных и методических материалов, обеспечивающих опосредованное приобщение людей к психологическому познанию;

- проведение консультаций по широкому кругу проблем как личностного, так и профессионального характера с оказанием адресной помощи в самостоятельном поиске приемлемых вариантов решения обозначенной проблемы;

- разработка и реализация профилактических мероприятий и программ (обучающего, развивающего и коррекционно-развивающего характера), направленных на освоение основных психологических знаний и умений, развитие позитивных личностных качеств, а также совершенствование механизмов психической саморегуляции субъектов профессионального взаимодействия для повышения их психологической устойчивости к негативным факторам окружающего воздействия;

- организационно-методическое оформление деятельности практического психолога в условиях специализированного психологического кабинета (сбор и

систематизация информационных, диагностических, аналитических материалов, оформление картотек и т.п.). [6, с. 31].

Задачами профилактической работы становится диагностика и коррекция актуального уровня агрессивного поведения и факторов, обуславливающих повышение агрессивности в младшем школьном возрасте, и просвещение родителей в формате группой консультации.

Психолого-педагогические условия профилактики агрессии в младшем школьном возрасте:

1) построение программы профилактики опирается на данные диагностического обследования, включающие как показатели самой агрессии, так и факторов, провоцирующих ее.

2) профилактика агрессии в младшем школьном возрасте должна проходить как система коррекционно-развивающих занятий, направленных на снижение уровня агрессивного поведения и учитывающая в содержании факторы риска агрессивности.

3) консультирование родителей агрессивных детей носит характер просвещения.

Список литературы:

1. Василькова Ю.В. Социальная педагогика: Курс лекций: учеб. пособие для студентов пед. высш. учеб. заведений, обучающихся по спец. "Социальная педагогика". – 6-е изд., стереотип. – М.: Academia, 2007.
2. Захаров А.И. Как предупредить отклонения в поведении ребенка. – М.: Просвещение, 2010.
3. Змановская, Е.В. Девиантология: Психология отклоняющегося поведения. Учеб. пос. – М.: Академия, 2014.
4. Пахальян В.Э. Психопрофилактика в практической психологии образования: методология и организация. – М.: ПЕР СЭ, 2002.
5. Харитонов Т.Г. Взаимосвязь психопрофилактики и других видов деятельности практического психолога // Приволжский научный журнал. 2014. №3. С. 262-269.
6. Харитонов Т.Г. Содержание профилактической работы педагогов-психологов // Актуальные проблемы психологии образования: материалы 2-ой регион. науч.-практ. конф. – Н. Новгород; НГЦ, 2001. – С.30-33.

СЕКЦИЯ
«РЕКЛАМА И PR»

**ПОВЫШЕНИЕ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ О БЕЗОПАСНОСТИ
ДОРОЖНОГО ДВИЖЕНИЯ ПОСРЕДСТВОМ СОЦИАЛЬНОЙ
РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ**

Сысоева Ксения Дмитриевна

*студент,
кафедра рекламы и связей с общественностью,
Государственный Университет Управления,
РФ, г. Москва
E-mail: kseniasysoeva6@yandex.ru*

Рудченко Анастасия Ивановна

*студент,
кафедра рекламы и связей с общественностью,
Государственный Университет Управления,
РФ, г. Москва
E-mail: rudchenko.anastasiya@mail.ru*

Распопов Илья Андреевич

*студент,
кафедра рекламы и связей с общественностью,
Государственный Университет Управления,
РФ, г. Москва
E-mail: razboynik2030@gmail.com*

Дианина Елена Вадимовна

*научный руководитель, старший преподаватель
кафедры рекламы и связей с общественностью,
Государственный Университет Управления,
РФ, г. Москва*

**RAISING AWARENESS OF ROAD SAFETY THROUGH
A SOCIAL ADVERTISING CAMPAIGN**

Ksenia Sysoeva

*Student,
Department of Advertising and Public Relations,
State University of Management,
Russia, Moscow*

Anastasia Rudchenko

*Student,
Department of Advertising and Public Relations,
State University of Management,
Russia, Moscow*

Ilya Raspopov

*Student,
Department of Advertising and Public Relations,
State University of Management,
Russia, Moscow*

Elena Dianina

*Scientific supervisor, senior lecturer
at the Department of Advertising and Public Relations,
State University of Management,
Russia, Moscow*

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена важной социальной проблеме превышения скорости на дорогах и ее последствиям. В работе проведен анализ вышеуказанной проблемы в России и за рубежом, выделены причины аварийного вождения. А также представлена социальная рекламная кампания, направленная на повышение осведомлённости водителей на дороге. В рамках социальной кампании был разработан социальный плакат и оценена его коммуникативная эффективность, а также проведено PR-мероприятие.

ABSTRACT

The article is devoted to the important social problem of speeding on roads and its consequences. The work analyzes the above problem in Russia and abroad, and identifies the causes of emergency driving. A social advertising campaign aimed at increasing driver awareness on the road is also presented. As part of the social campaign, a social poster was developed and its communicative effectiveness was assessed, and a PR event was held.

Ключевые слова: социальная проблема; социальная реклама; превышение скорости; дорожно-транспортное происшествие; рекламная кампания.

Keywords: social problem; social advertisement; over speed; traffic accident; advertising campaign

Социальная реклама направлена на привлечение внимания к острым проблемам, затрагивающим большинство граждан, а также формирует новые установки и изменяет поведенческие модели членов общества.

Социальная реклама понимается как «форма массовой коммуникации, содержательной основой которой является информация о социальных проблемах общества, адресованных большой группе людей с целью стимулирования их гражданской и социальной активности в соответствии с нравственными ценностями общества, что обеспечивает её консолидацию» [6, с. 9].

Цель социальной рекламы – кратко, емко и образно представить идею, ценностную установку, модель поведения, информацию о социальной проблеме, на которую ориентируются поступки человека относительно некоего идеала, закреплённого в той или иной культуре и воспринимаемого как положительно одобряемое [2, с.15].

Одной из важных социальных проблем как в России, так и мире является проблема безопасности дорожного движения. Наиболее «опасными» водителями считаются выходцы из ОАЭ, так как в этой стране смертность на дорогах в 10 раз выше в сравнении с Великобританией [1].

Что касается России, то количество ДТП растёт с каждым годом. В 2022 г. произошло около 203 тыс. ДТП, что на 1,9% больше, чем в 2021 г. В последние годы в России весьма актуальным становится вопрос смертности и инвалидности в результате дорожно-транспортных происшествий (ДТП). По данным МВД, в 2022 году в России произошло 126 705 ДТП с пострадавшими, каждое 9 – со смертельным исходом. За данный период на дорогах страны погибли 14 172 человека. Также из данного отчета следует, что каждая девятая авария в стране произошла по вине пьяных водителей, в результате которых за девять месяцев погибли 3560 человек [5].

В январе–июне 2023 года количество ДТП с пострадавшими выросло в 59 российских регионах по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Согласно данным МВД, самая низкая аварийность с пострадавшими в Чечне, самая высокая – в Туве. Также увеличилось число погибших и раненых – на 4,5 и 4,9 процента соответственно [4]. Так, можно сделать вывод, что затронутая нами проблема важна для всего мира и требует эффективного решения. Изучив ситуацию на дорогах России, можно выделить семь основных причин аварийного вождения. Среди них: отвлечение внимания, избыточная самоуверенность, недостаток опыта, усталость, алкогольное или наркотическое опьянение, стресс и нестабильное эмоциональное состояние, несоблюдение правил дорожного движения. В связи с большим списком выявленных проблем важно повышать осведомленность водителей об этих факторах и пропагандировать безопасное вождение [1].

Для решения проблемы ДТП была разработана и реализована социальная кампания посредством интегрированных маркетинговых коммуникаций.

В рамках социальной рекламной кампании против превышения скорости на дорогах авторами был разработан социальный плакат, ориентированный на автомобилистов. На плакате изображен автомобиль с крыльями, парящий в небе, что ассоциируется с птицами. При создании плаката использовался такой художественный прием как метафора, которая показывает бессмысленность превышения скорости для человека за рулем, так как человеку несвойственно летать (т.е. превышать скорость на дороге). Данное изображение напрямую коррелирует со слоганом: «Сбавьте скорость! У машины нет крыльев, чтобы летать». В слогане есть прямой призыв к действию, что лучше воспринимается целевой аудиторией. Эта социальная реклама раскрывает проблему превышения скорости автомобилистами и может способствовать повышению осведомленности о безопасности дорожного движения.

Для оценки коммуникативной эффективности было проведено тестирование данного социального плаката по шкале от 1 до 5, где 1- самая низкая оценка,

5-самая высокая оценка. Коммуникативная эффективность оценивалась по следующим критериям: распознаваемость, узнавание/воспроизведение, запоминаемость, притягательная сила, агитационная сила. В тестировании приняли участие 75 водителей автомобилей. По критерию распознаваемости социальный плакат получил среднее значение 4,1. Это свидетельствует о том, что респонденты поняли основную идею и смогли правильно интерпретировать изучаемую проблему. Среднее значение по критерию запоминаемости составило 3,7. Респондентам больше всего запомнился слоган «сбавьте скорость» непосредственно изображение машины с крыльями и небо. Среднее значение по критерию притягательная сила – 3,9. Респонденты отметили привлекательность рекламного сообщения и его оригинальность. Данный критерий свидетельствует о том, что творческая идея социального плаката достаточно хорошо подобрана. По параметру агитационной силы социальный плакат получил среднее значение – 4. Респонденты отметили, что узнали новую информацию о данной социальной проблеме и увидели её в новом свете. По мнению респондентов, аргументация в сообщении достаточно убедительна. Разработанный социальный плакат привлёк внимание респондентов, и его коммуникационную эффективность можно считать достаточно высокой. Анализ показал, что рекламное сообщение является хорошо распознаваемым, обладает притягательной и агитационной силой, а также легко запоминается. Разработанный плакат был опубликован в социальных сетях. А также в рамках социальной рекламной кампании была проведена очная лекция с будущими автомобилистами в автошколе с целью повысить их осведомленность о последствиях превышения скорости. В рамках лекции обучающиеся были ознакомлены со статистикой аварий на дорогах, где большая доля их происходит из-за превышения скорости. Также им были розданы социальные плакаты, рекомендации по сохранению концентрации внимания за рулём. Важно отметить тот факт, что слушатели проявили интерес к поднятой проблеме. А также они с удовольствием ознакомились с рекомендациями. Основным смыслом которых заключался в правильном планировании поездки и подготовки к ней, выделении времени для отдыха, отказ от вождения в состоянии усталости или

нетрезвом виде. На дороге необходимо быть внимательным и совершать только те действия, которые может предсказать другой участник дорожного движения. Будущие автомобилисты получили полезную информацию, которая поможет им в будущем избежать ДТП. В рамках социальной рекламной кампании такие встречи должны проводиться регулярно, чтобы повысить осведомленность целевой аудитории о рассматриваемой проблеме.

Таким образом, превышение скорости на дорогах является острой социальной проблемой, которая лишь усугубляется с каждым годом и приводит к трагическим последствиям как в России, так в мире. Для ее решения предлагается проводить социальные рекламные кампании с целью повышения осведомленности о безопасности дорожного движения, а также призывать водителей к внимательности на дорогах и ответственному поведению за рулём.

Список литературы:

1. Арабские водители признаны самыми опасными на дороге// Утро.ру // URL: <https://utro.ru/articles/2005/07/19/459712.shtml> (дата обращения: 12.02.2024)
2. Голуб О.Ю. Социальная реклама: Учебное пособие / О.Ю. Голуб. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2011 – 180 с.
3. Причины невнимательного поведения водителей на дорогах// Командир. URL:<https://comandir.com/2020/06/25/348643-prichiny-nevnimatelnogo-povedeniya-voditelej-na-dorogah.html> (дата обращения: 15.02.2024)
4. Рейтинг российских регионов по аварийности на дорогах// РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20230814/dtp-1889574450.html> (дата обращения: 12.02.2024)
5. Самые частые ДТП в России // journal@tinkoff.ru URL: <https://journal.tinkoff.ru/stat-dtp/> (дата обращения: 17.02.2024)
6. Социальная реклама: Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов/ Г.Г. Николайшвили. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 191 с.

СЕКЦИЯ
«СОЦИОЛОГИЯ»

**МЕДИАВОЛОНТЁРЫ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ПРОДВИЖЕНИИ ВОЛОНТЁРСТВА**

Брокер Анастасия Алексеевна
*студент,
кафедра коммуникационного менеджмента
и управления отношениями,
Российский государственный социальный университет,
РФ, г. Москва
E-mail: branal200243@gmail.com*

Зеленов Владимир Владимирович
*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,
доц. кафедры коммуникационного менеджмента
и управления отношениями,
Российский государственный социальный университет,
РФ, г. Москва*

**MEDIA VOLUNTEERS IN THE DIGITAL AGE: USING SOCIAL MEDIA
TO PROMOTE VOLUNTEERING**

Anastasia Broker
*Student,
Department of Communication Management
and Relationship Management,
Russian State Social University,
Russia, Moscow*

Vladimir Zelenov
*Scientific supervisor,
candidate of Economic Sciences, associate professor,
associate professor of the Department of Communication
Management and Relationship Management,
Russian State Social University,
Russia, Moscow*

АННОТАЦИЯ

В статье акцентируется внимание на новом направлении добровольческой деятельности – медиаволонтерстве. Также рассматривается роль цифровизации

и социальных сетей в привлечении и координации волонтеров. Определяется влияние медиаволонтеров в создании контента и продвижении добровольческой деятельности на примере групп некоммерческой организации «Мосволонтер» в социальных сетях ВКонтакте и Telegram. В результате исследования была выявлена закономерность между деятельностью медиаволонтеров, количеством реакций на публикации и ростом подписчиков в соцсетях.

ABSTRACT

The article focuses on a new direction of volunteer activity – media volunteering. The role of digitalization and social networks in attracting and coordinating volunteers is also considered. The influence of media volunteers in creating content and promoting volunteer activities is determined by the example of the groups of the non-profit organization «Mosvolonter» in the social networks VKontakte and Telegram. As a result of the study, a pattern was revealed between the activities of media volunteers, the number of reactions to publications and the growth of subscribers in social networks.

Ключевые слова: волонтерство, медиаволонтерство, социальные сети, ВКонтакте, Telegram.

Keywords: volunteering, media volunteering, social networks, VKontakte, Telegram.

Волонтерство характеризуется, как феномен свободной деятельности, которое на протяжении многих веков является неотъемлемой частью общественной жизни. Оно представляет собой добровольное участие людей в различных благотворительных, социальных и окружающих мероприятиях в целях оказания помощи нуждающимся. Согласно данным [2] официального портала мэра и правительства Москвы за 2023 год, основу волонтерского движения составляют молодые люди – более 950 тысяч волонтеров в Москве от 18 до 35 лет. Как правило, часто, волонтерская деятельность предоставляет возможность не только продемонстрировать свои лучшие качества, но и проверить свои знания и

навыки, развить профессиональные умения в разнообразных областях и определить свое будущее.

Цифровизация оказала значительное влияние на рост популярности волонтерского движения. Цифровое волонтерство стало одной из форм цифрового активизма, предоставляя широкие возможности самореализации через Интернет. Такая активность позволяет участвовать в добровольческой деятельности без привязки к конкретному месту, обеспечивая анонимность, простоту регуляции участия и комфортность выбора формы участия. Эти факторы способствуют привлечению новых участников, особенно среди молодежи, и расширению географии и мобильности волонтерского движения [6]. Нынешние технологии стали незаменимым инструментом для координации и организации волонтерской деятельности. Онлайн-платформы и специальные приложения позволяют людям находить организации и проекты, в которых они могут поучаствовать, а также обмениваться информацией и опытом с другими волонтерами. Они упрощают и делают более доступным вступление в благотворительные и некоммерческие организации для широкого круга людей.

Как следствие, новыми инструментами в организации работы добровольцев становится деятельность, выполняемая дистанционно с помощью компьютера или любого другого мобильного устройства, подключенного к сети Интернет. В связи с чем, заинтересованные люди могут переходить на онлайн-платформы и социальные сети. Благодаря социальным сетям волонтеры могут делиться своими историями и успехами, мотивируя других присоединиться к добровольческим делам. Они могут также помогать некоммерческим организациям привлекать волонтеров, проверять их репутацию и оценивать их работу.

Социальные сети предоставляют волонтерам широкий спектр возможностей для взаимодействия, коммуникации и продвижения своей деятельности. В.А. Смиронов [3] выделяет несколько особенностей, которые могут влиять на формирование волонтерства в социальных сетях:

1. В социальных сетях можно быстро и легко создавать группы с общими интересами и целями, что может способствовать формированию волонтерских сообществ.

2. Предоставление возможности быстрого и удобного обмена информацией между участниками сообщества, что может способствовать организации волонтерских мероприятий и привлечению новых участников.

3. Социальные сети – это эффективный инструмент для привлечения молодежи к волонтерской деятельности, так как они чаще всего используют Интернет и виртуальные сообщества в повседневной жизни.

В конечном счёте, в процессе быстрой цифровизации расширяется круг добровольческой деятельности, в котором появляются новые направления, например, медиаволонтерство. Медиаволонтерство – одно из новых направлений добровольчества, которое стало популярным благодаря как раз социальным сетям и цифровым СМИ [5].

Всего 9 лет назад появился «Мосволонтер», который является некоммерческой организацией, осуществляющая волонтерскую деятельность по многочисленным направлениям, включая также и медиаволонтерство. По данным сайта крупнейшего ресурсного центра добровольчества в России «Мосволонтер» [1] медиаволонтерами являются люди, которые помогают освещать события, социальные проекты и инициативы добровольцев, занимаются продвижением контента в социальных сетях, в средствах массовой информации, создают тексты, фоторепортажи и видеоролики о работе благотворительных фондов и некоммерческих организаций.

Медиаволонтеры создают контент по разным событиям, рассказывая, как о деятельности всего «Мосволонтера», так и отдельных его волонтерских направлений. Для этого создаются специальные группы и чаты во ВКонтакте и Telegram, где происходит координация всего проекта, а также взаимодействие между волонтерами, и, непосредственно, публикация собранного материала. Они распространяют информацию о добровольчестве в Москве, принимают участие в различных мероприятиях, форумах и встречах. Например, во время проведения

Международного форума «Россия» 2023 добровольцы «Мосволонтёра» создавали фото- и видеоматериалы по данному мероприятию.

Также помимо визуальной составляющей, медиаволонтёры занимаются копирайтингом и рерайтингом тематических постов для ВКонтакте и Telegram.

Стоит отметить, что деятельность медиаволонтёров подразумевает не только создание контента, но и активное взаимодействие с аудиторией. Благодаря комментариям, лайкам, репостам и другим формам обратной связи, медиаволонтёры могут получать реакцию от своей аудитории и адаптировать свою работу под её потребности и ожидания. Это помогает оптимизировать, а также улучшить качество и эффективность волонтерских проектов.

Чтобы оценить деятельность медиаволонтёров и влияние социальных сетей на формирование интереса к волонтерству, были взяты социальные сети ВКонтакте и Telegram «Мосволонтёра», т.к. именно ими пользуются добровольцы для продвижения своей работы в целом.

За декабрь 2023 месяц благотворительная организация "Мосволонтёр" активно использовала социальные сети ВКонтакте и Telegram для своей деятельности. В течение месяца количество подписчиков в обоих социальных сетях выросло. На странице ВКонтакте было зафиксировано увеличение на 275 подписчиков, а в Telegram – на 263 подписчика.

Охват сообщества, в среднем, был значительным. В группе «Мосволонтёр» ВКонтакте средний охват составляет 4 357 просмотров, в то время как в Telegram этот показатель равняется 5 834 просмотрам.

В ходе месяца на страницах обеих социальных сетей было опубликовано определенное количество материалов – на странице ВКонтакте медиаволонтерами были опубликованы 52 поста, а в Telegram – 65 постов. Это свидетельствует об активной коммуникации с подписчиками и актуальности контента. Количество реакций на публикации также было велико. В ВКонтакте было зафиксировано около 6 365 реакций, а в Telegram – 6 772 реакции. Это свидетельствует о том, что контент вызывал активный отклик у пользователей.

Исходя из предоставленных данных, можно сделать вывод, что использование медиаволонтерами социальных сетей ВКонтакте и Telegram для продвижения организации «Мосволонтер» можно назвать успешным. Рост числа подписчиков, высокий охват и активные реакции на публикации за декабрь 2023 года свидетельствуют о том, что публикуемый контент находит отклик у пользователей и помогает привлекать внимание к деятельности «Мосволонтера».

Таким образом, благодаря социальным сетям волонтерские организации и медиаволонтеры могут успешно создавать контент, предоставлять отчеты о проделанной работе, осуществлять мониторинг и анализ своей деятельности. Они также могут отслеживать реакцию аудитории на опубликованный материал и получать обратную связь. Это помогает оптимизировать свою работу, а также улучшить качество и эффективность волонтерской деятельности.

Список литературы:

1. Балугев, Н.Э. Влияние цифровизации на появление новых форм волонтерской деятельности / Н.Э. Балугев // Теоретические и практические аспекты цифровизации российской экономики : Сборник трудов V Международной научно-практической конференции, Ярославль, 08 декабря 2022 года. – Ярославль: Ярославский государственный технический университет, 2022. – С. 750-757.
2. Молчанов С.В., Алмазова О.В., Поскребышева Н.Н. Отношение к цифровому волонтерству российской молодежи / Молчанов С.В., Алмазова О.В., Поскребышева Н.Н. // International Journal of Open Information Technologies. 2021. №12. – С. 83-89.
3. Смирнов, В.А. Онлайн-сообщества российских волонтеров (на примере социальной сети ВКонтакте) / В.А. Смирнов // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2019. – Т. 25, № 3. – С. 71-93.
4. Приходько Е.В. Медиаволонтерство как новейший феномен в современной журналистике / Е.В. Приходько // Петровские образовательные чтения – 2023– URL: <https://petrovskie-chteniya.ru/articles/mediavolonterstvo-kak-noveyshiy-fenomen-v-sovremennoy-zhurnalistike/>(дата обращения: 16.02.2024).
5. Официальный портал мэра Москвы [электронный ресурс]. Режим доступа. URL: <https://www.mos.ru/news/item/129361073/>(дата обращения 20.10.2019).
6. Официальный сайт Мосволонтера [электронный ресурс]. Режим доступа. URL: <https://mosvolonter.ru/programs/media>(дата обращения 20.11.2023).

СЕКЦИЯ
«ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ»

**ХАРАКТЕРИСТИКА КОНТЕНТА “МАТЧ ТВ”,
ПРЕДСТАВЛЕННОГО В “TELEGRAM”**

Крутикова Дарья Леонидовна
студент,
кафедра коммуникационного менеджмента
и управления отношениями,
Российский государственный социальный университет,
РФ, г. Москва
E-mail: darbalan@bk.ru

Галстян Владислав Вадимович
научный руководитель, старший преподаватель,
Российский государственный социальный университет,
РФ, г. Москва

**CHARACTERISTICS OF THE MATCH TV CONTENT
PRESENTED IN TELEGRAM**

Daria Krutikova
Student,
Department of Communication Management
and Relationship Management,
Russian State Social University,
Russia, Moscow

Vladislav Galstyan
Scientific supervisor, senior lecturer,
Russian State Social University,
Russia, Moscow

АННОТАЦИЯ

В статье акцентируется внимание на работе Telegram-канала "Матч ТВ". Также рассматриваются перспективы развития, усиление цифрового присутствия и инновации в трансляциях для улучшения взаимодействия с аудиторией.

В результате анализа работы Telegram-канала, было выявлено, что благодаря своей интерактивности и доступности, канал переводит потребление спортивных новостей на новый уровень и имеет большой потенциал для дальнейшего развития и роста в сфере электронных СМИ.

ABSTRACT

The article focuses on the work of the Match TV Telegram channel. The prospects for development, strengthening of digital presence and innovations in broadcasting to improve interaction with the audience are also considered.

As a result of the analysis of the Telegram channel, it was revealed that due to its interactivity and accessibility, the channel takes the consumption of sports news to a new level and has great potential for further development and growth in the field of electronic media.

Ключевые слова: Telegram, Матч-ТВ, контент, социальные сети, спорт.

Keywords: Telegram, Match TV, content, social networks, sports.

Ключевые аспекты и преимущества возрождённого телеграм-канала «Матч ТВ» заслуживают внимания. Основываясь на скорости и удобстве обмена сообщениями в Telegram, платформа утвердилась как надёжный канал для передачи спортивных данных.

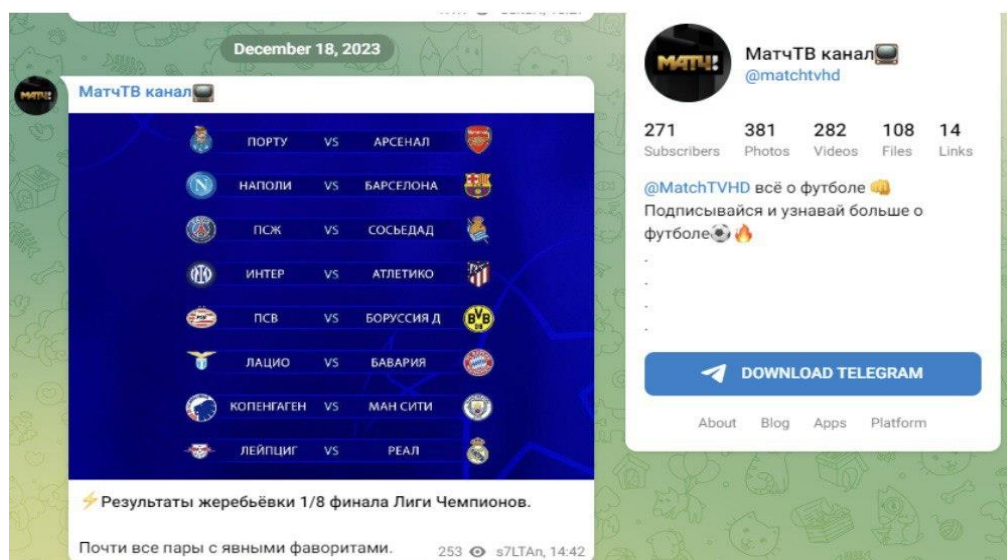


Рисунок 1. Канал «МатчТВ» в «Telegram»

Данная особенность обеспечивает эффективный доступ к актуальным данным и аналитическим обзорам, что, несомненно, ценится сообществом. Содействие росту аудитории обеспечивается предоставлением исключительных видео, обзоров и прямых трансляций, подчёркивая значимость неповторимого контента. Помимо этого, обогащение взаимодействия через разнообразные опросы и конкурсы способствует большей вовлечённости фанатов и поддерживает диалог между каналом и его подписчиками.

К преимуществам относится и активизация спортивного сообщества, которая дополнительно подчёркивает многогранность и функциональность Telegram-канала. Это возрождение предусматривает слияние различного рода контента, от общедоступных публикаций до уникальных заметок комментаторов и корреспондентов, что укрепляет его позиции как всестороннего источника для поклонников спорта. Именно благодаря этому канал может похвастаться оперативной публикацией телепрограммы и расписаний матчей, что способствует планированию болельщиками своего времени.

Также стоит отметить выход на международный уровень, что стало возможным благодаря огромной глобальной базе пользователей Telegram, укрепляя привлекательность канала среди нерезидентов России. В итоге, осознание ценности мессенджеров в контексте современной коммуникационной стратегии привело к решению о восстановлении канала «Матч ТВ», что не только упрочило его позиции в цифровом мире, но и открыло новые пути для мгновенного общения между каналом и его преданными зрителями.

Информационное наполнение телеграмм-канала «Матч ТВ» непрерывно эволюционирует, разработано с целью удовлетворения спортивного энтузиазма многочисленной аудитории. Среди богатства контента, вещание ключевых футбольных дуэлей выделяется особенно: зрителям предлагаются глубокие обзоры и кадры важнейших моментов, которые помогают им поддерживать связь с ведущими событиями футбольного мира. Это касается не только важнейших матчей, но и последних известий в мире спорта, которые обновляются мгновенно и

содержат свежайшую информацию о спортивных достижениях, смене команд и прочие нововведения в карьерах тренеров и спортсменов.

Достоверность информации – первостепенный критерий, на который ориентированы создатели контента. Журналисты «Матч ТВ» делятся эксклюзивными комментариями, предлагая аудитории разносторонний анализ, в котором отражены детали, часто ускользающие от внимания в рамках традиционного освещения. Интерактивные элементы, подобные опросам и конкурсам, стимулируют активное участие зрителей, что создаёт среду для обмена мнениями и непосредственного взаимодействия с темами и событиями, которые их волнуют.

Разнообразие достигается за счёт охвата множества спортивных дисциплин со всего мира, причём баскетбол, хоккей, теннис становятся важной частью общего спектра вместе с футболом. В то же время, доступ к телепрограмме и расписанию трансляций предоставляет возможность последовательно планировать просмотр событий, таким образом ни единое значимое мероприятие не минует внимания пользователя.

Освещаемая на канале информация, интегрированная из официального веб-сайта и социальных медиа «Матч ТВ», нацелена на обеспечение доступности обширных аналитических материалов, обзоров и материалов, вызывающих вирусный интерес. Взаимосвязь эксклюзивных программ, документальных лент и спецрепортажей, производимых «Матч ТВ», обогащает медиaprостранство уникальными творениями, отсутствующими на альтернативных платформах.

В результате, телеграмм-канал «Матч ТВ» преобразует информационное поле для спортивных афиционадо, предоставляя структурированное многогранное пространство, где актуальность спортивной новостной ленты и глубина анализа находятся в постоянном сопровождении интерактивности и достоверности, поднимая опыт потребления спортивных новостей на новый уровень.

На основе проведенного анализ можно выделить перспективы развития «Матч ТВ» в электронных СМИ, которые охватывают несколько ключевых направлений, учитывая текущие тенденции в медиапотреблении, технологические инновации и изменения в интересах аудитории:

1. Усиление цифрового присутствия:

- расширение контента на платформах социальных сетей и мессенджеров.

Вовлечение аудитории через интерактивный контент, прямые трансляции в YouTube, VK, и Telegram может увеличить охват и улучшить взаимодействие с молодежью;

- развитие мобильных приложений и веб-платформ. Создание удобных и функциональных приложений для мобильных устройств и веба с персонализированным контентом и уведомлениями о важных событиях.

2. Инновации в трансляциях:

- внедрение технологий виртуальной и дополненной реальности (VR/AR).

Использование этих технологий для создания погружающего опыта просмотра спортивных событий, позволяя зрителям ощутить себя на стадионе или вместе с командой;

- 4K и 8K трансляции. Повышение качества изображения до уровня 4K и 8K для обеспечения более четкой и детализированной картинки.

3. Персонализация контента:

- использование искусственного интеллекта и машинного обучения. Для анализа предпочтений пользователей и создания персонализированных предложений контента, оптимизации расписания трансляций под интересы конкретного зрителя;

- разработка индивидуальных информационных потоков. Предложение зрителям возможности настройки ленты новостей, видео и трансляций по интересующим их видам спорта или командам.

4. Расширение контентного портфеля:

- эксклюзивные документальные проекты и реалити-шоу. Разработка и продвижение уникальных документальных фильмов и реалити-шоу о спортсменах, за кулисами спортивных мероприятий, раскрывающих неизведанные аспекты спортивной жизни;

- интерактивные и образовательные программы. Создание контента, направленного на обучение фанатов аспектам игр, технике спортсменов, истории спорта.

5. Глобализация контента:

- международные партнерства и лицензирование. Расширение доступности контента «Матч ТВ» за пределами России через партнерства с международными спортивными каналами и платформами;

- трансляции на иностранных языках. Создание версий трансляций и контента на английском и других популярных языках для привлечения международной аудитории.

Эти направления развития могут помочь «Матч ТВ» не только укрепить свои позиции на рынке электронных СМИ, но и значительно расширить аудиторию, углубить взаимодействие с существующими зрителями и открыть новые возможности для инноваций в спортивной журналистике.

Список литературы:

1. Группа «МАТЧ ТВ» в «Telegram». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://t.me/MatchTVHD/1039> (Дата обращения: 05.02.2024).

СЕКЦИЯ
«ЭКОЛОГИЯ»

**ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДРЕВЕСНЫХ ОТХОДОВ
В ЭНЕРГЕТИКЕ РОССИИ**

Смирнова Мария Вячеславовна

студент,

*Калужского филиала Московского Государственного
Технического Университета имени Н.Э. Баумана,*

РФ, г. Калуга

E-mail: marismirnova01@mail.ru

**PROSPECTS FOR THE USE OF WOOD WASTE
IN THE RUSSIAN ENERGY SECTOR**

Maria Smirnova

Student,

*Kaluga Branch of the Nikolai Ernestovich
Bauman Moscow State Technical University,*

Russia, Kaluga

АННОТАЦИЯ

В деревообрабатывающей промышленности так же, как и на остальных промышленных производствах, образуются отходы, которые следует утилизировать или перерабатывать для экологического и экономического блага. В связи с этим в данной статье рассмотрены основные виды отходов деревообработки, а также перспективные экологически чистые методы переработки древесных отходов в энергетическое топливо.

ABSTRACT

In the woodworking industry, as well as in other industrial enterprises, waste is generated that should be disposed of or recycled for the environmental and economic benefit of the country. In this regard, this article discusses the main types of wood-working waste, as well as promising environmentally friendly methods of processing wood waste into energy fuel.

Ключевые слова: древесные отходы; энергетика; перспективное производство; топливные гранулы; генераторный газ.

Keywords: wood waste; energy; advanced production; fuel pellets; generator gas.

Леса нашей страны представляют собой огромную ресурсную базу, так как они составляют почти четверть мировых запасов лесов. И, следовательно, большое количество производства связано с деревообработкой, в результате которой образуются древесные отходы. Но при этом используются лишь часть отходов деревообрабатывающей промышленности для переработки. В основном не утилизированными и не переработанными остаются: ветки, кора, щепа, опилки, стружки.

Для решения насущной проблемы рециклинга отходов деревообработки сначала нужно понять, какие виды отходов образуются, а также разобраться с предотвращением экологического и экономического ущерба и каковы перспективы использования древесных отходов в энергетике России.

«Отходы деревообрабатывающей промышленности разделяют по типу на: твердые или кусковые (горбыли, рейки, обрезки, ветви, вершины, пни, корни), мягкие (стружки, опилки, древесная пыль, луб), кору, древесную зелень (хвоя, листья)» [1, с. 10]. В настоящее время разработаны эффективные технические решения, позволяющие утилизировать отходы лесозаготовок и лесопереработки.

Рассмотрим варианты рационального и перспективного использования отходов деревообработки.

Пеллеты (древесные топливные гранулы) – это новый вид экологически чистого биотоплива. Они являются одним из самых перспективных видов переработки древесных отходов в топливо на сегодняшний день. Пеллеты изготавливаются из опилок древесины при помощи прессования под давлением до 300 атм. При этом не используются какие-либо склеивающие химические вещества. Прочность гранулам придает лигнин – природное клеящее вещество, выделяющееся из древесины в процессе прессования. За счет высокой плотности и низкой влажности топливные гранулы имеют высокую теплоотдачу (4200-4800 ккал/кг),

сравнимую с каменным углем. Преимущество данного метода перед сжиганием угля значительна: эмиссия углекислого газа в воздушное пространство в 10 – 50 раз ниже, а образование золы меньше в 15 – 20 раз. Это способствует снижению негативного воздействия на окружающую среду и улучшению качества воздуха.

Топливные гранулы – конкурентоспособное топливо. «Оно обладает более высокой теплотой сгорания по сравнению с обычными древесными отходами (щепа – 850 кВт ч/м³, пеллеты – 3150 кВт ч/м³). 2,1 тонны пеллет (около 3,2 м³) заменяют 1,0 м³ дизельного топлива. Затраты энергии на производство древесных гранул составляют примерно 3% от содержания энергии, что гораздо ниже затрат на получение природного газа или мазута» [4].

Производство топливных гранул из отходов деревообработки – одна из самых перспективных технологий. «Единственным недостатком производства пеллет является высокая стоимость оборудования для гранулирования древесных отходов. Но данный недостаток окупается и становится прибыльным уже через 2 – 3,5 года после запуска предприятия» [2, с. 18].

Пеллеты применяются для отопления жилых домов путем сжигания в печах, каминах и котлах, а также для обеспечения теплом и электроэнергией промышленных объектов и небольших населенных пунктов с использованием крупных гранул с высоким содержанием древесной коры.

Спрос на это альтернативное топливо и на оборудование для его производства и сжигания постоянно возрастает в связи с высокой экологичностью и экономичностью данного метода переработки.

Ещё одним из способов использования древесных отходов является получение генераторного (древесного) газа.

Древесный газ образуется в результате термической переработки отходов деревообработки в газогенераторах. Работа газогенератора основана на процессе превращения твердого топлива в газ. Преобразование протекает под воздействием высоких температур (до 450...550 °С) без доступа воздуха либо в процессе горения при недостатке воздуха. В реакторной зоне происходят термохимические реакции, которые и приводят к образованию древесного газа.

«Из 1 кг щепы древесины получают около 2,5 м³ газа с теплотой сгорания 900–1200 Ккал/Нм³. Таким образом, эффективность газификации достигает 85–90%» [3, с. 778]. Удобное применение древесного газа и большой процент производительности делает газификацию более эффективным и чистым процессом, чем сжигание.

Газогенераторные установки могут успешно применяться для работы теплогенераторов, а также паровых и водогрейных котлов как при организации новых лесных и деревообрабатывающих предприятий, так и для модернизации действующих, в том числе в районах, удаленных от электрических и газовых сетей. Они также могут быть интересны для муниципалитетов, зерноочистительных и сельскохозяйственных предприятий.

В России запасы сырья для производства биотоплива огромны, исчисляются они миллиардами кубометров. Сейчас на каждом гектаре рубки остается 40–60 м³ отходов лесопиления. Используя биотопливо, получаемое из отходов лесной промышленности Россия могла бы экономить в год 15 – 20% традиционного топлива.

Таким образом, описанные методы переработки древесных отходов в энергетическое топливо дают понять, что в России есть прекрасная возможность развития биоэнергетики. По мнению многих ученых, именно использование биотоплива приведет к развитию устойчивой, экологически благоприятной энергетики.

Список литературы:

1. Кислицына С.Н. Способы переработки отходов деревообрабатывающей промышленности: учеб. пособие по направлению подготовки 35.03.02 «Технология лесозаготовительных и деревоперерабатывающих производств»/ С.Н. Кислицына, И.Ю. Шитова. – Пенза: ПГУАС, 2016. – 140 с.
2. Марченко О.В., Соломин С.В., Козлов А.Н. Возможности использования древесных отходов в энергетике России // Экология и промышленность России. 2019. Т. 23, № 6. С. 17-21.

3. Kozlov A., Svishchev D., Marchenko O.V., Solomin S., Shamansky V., Keiko A. Development of a multi-stage biomass gasification technology to produce quality gas. 25th European Biomass Conference. Proceedings of the International Conference. Stockholm, June 12-15, 2017. Stockholm, ETA Florence Renewable Energies, 2017. P. 776 – 781.
4. Переработка древесных отходов: способы и проблемы // Журнал «Лесной комплекс», федеральный журнал для руководителей и специалистов предприятий ЛПК России. [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL: <https://forestcomplex.ru/> (дата обращения: 01.03.2024)

СЕКЦИЯ «ЭКОНОМИКА»

СТРАТЕГИЯ ПОСТРОЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Чжан Синь

*студент,
Северо-Восточный федеральный
университет имени М.К. Аммосова,
РФ, г. Якутск
E-mail: 1608200600@qq.com*

Клавдия Дмитриевна Барашкова

*научный руководитель, канд. социол. наук,
доц. кафедры Социологии и управления
персоналом ФЭИ, менеджер магистерской программы
Государственное и муниципальное управление,
Северо-Восточный федеральный университет
имени М.К. Аммосова,
РФ, г. Якутск*

В комплексной системе управления современными предприятиями управление человеческими ресурсами является очень важной частью. В эпоху экономики знаний важность управления человеческими ресурсами становится все более очевидной. Тенденция управления “Интернет+” очень очевидна, и построение информатизации управления человеческими ресурсами предприятия также может стать направлением в развитии менеджмента. Многие предприятия опробовали информационное построение управления человеческими ресурсами. После конкретного наблюдения, сравнения и анализа можно обнаружить, что информационное построение управления человеческими ресурсами является динамичным процессом, и влияние различных факторов может легко привести к некоторым проблемам. В этой статье мы подробно проанализируем соответствующие проблемы и предложим более эффективную стратегию построения информатизации управления человеческими ресурсами в сочетании с реальной ситуацией.

По сравнению с прошлым зрелость теории управления человеческими ресурсами постоянно повышалась, и возможности большинства предприятий в области управления человеческими ресурсами также были в определенной степени улучшены. В контексте развития информационных технологий тенденция информационного конструирования управления человеческими ресурсами становится все более очевидной, и преимущества применения информационных технологий в управлении получили широкое признание. Но следует также понимать, что независимо от того, идет ли речь о применении информационных технологий в управлении или подчеркивании ценности соответствующей структуры управленческой информации, это непросто, и влияние различных факторов может легко вызвать некоторые проблемы. Многие предприятия испытывают затруднения в информационном построении управления человеческими ресурсами. По этой причине необходимо изучить более эффективную стратегию информационного построения управления человеческими ресурсами.

1. Обзор построения системы информатизации управления человеческими ресурсами предприятия

1.1. Значение управления человеческими ресурсами

Управление человеческими ресурсами относится к эффективному распределению и эксплуатации внутренних людских ресурсов предприятиями и другими организациями под руководством гуманистического мышления с использованием различных форм управления для удовлетворения их собственных потребностей в развитии и обеспечения достижения целей организации. Управление человеческими ресурсами – это динамический управленческий процесс, который также включает в себя большое количество управленческого контента. Именно из-за большого количества управленческого контента, задействованного в управлении, управленческая работа, которую необходимо выполнять, становится более сложной, и при динамическом управлении могут легко возникнуть некоторые проблемы. С точки зрения целей, прямой целью управления человеческими ресурсами является более эффективное распределение и использование

человеческих ресурсов, в то время как фундаментальная цель менеджмента заключается в оказании поддержки организационному развитию и предоставлении конкретных гарантий реализации и достижения целей развития. На данном этапе теория управления человеческими ресурсами становится все более зрелой, а практика управления, осуществляемая различными типами предприятий, в определенной степени обогатила понятие менеджмента. [1]

1.2. Тенденция информационного построения управления человеческими ресурсами предприятия

Общая среда для информационного построения управления человеческими ресурсами предприятий хорошая. В сочетании с изменениями в управлении человеческими ресурсами предприятий за последние годы и изменениями в построении управленческой информации можно обнаружить, что информационное построение управления человеческими ресурсами продемонстрировало некоторые новые тенденции. Судя по глубине и широте применения информационных технологий в информационном конструировании, в предыдущем понимании информационного конструирования управления человеческими ресурсами информационные технологии следует в большей степени использовать для стимулирования инноваций в форме управления человеческими ресурсами. Однако новая эра подчеркивает увеличение глубины и широты применения информационных технологий, а также важность роли информационных технологий в конкретном управлении при построении информационных технологий. С точки зрения конкретного направления информационного конструирования, в эпоху больших данных управление человеческими ресурсами должно не только усиливать применение информационных технологий, но и синхронизировать применение таких технологий, как анализ больших данных. Это фактически новое направление информационного конструирования на управленческом уровне.

1.3. Анализ ценности построения информационной системы управления человеческими ресурсами предприятия

Степень внимания, уделяемого информационному построению управления человеческими ресурсами на предприятиях, постоянно возрастает. В то же время

все больше и больше предприятий также активно предпринимают соответствующие попытки информационного построения, которые неразрывно связаны с ценностью информационного построения управления человеческими ресурсами. В двух словах, ценность информационного построения соответствующего управления в основном отражается в следующих двух аспектах. С одной стороны, применение информационных технологий в информационном конструировании может непосредственно стимулировать инновации в форме управления человеческими ресурсами, а технологические преимущества могут постепенно трансформироваться в преимущества управления. После полного применения информационных технологий эффективность различных управленческих мероприятий также может быть значительно повышена. С другой стороны, после того, как информационное построение будет лучше выполнено, эффективность общей управленческой деятельности может быть лучше повышена, а человеческие ресурсы могут быть более эффективно распределены и использованы. Это также может оказать большую поддержку развитию управленческой деятельности на других уровнях предприятия, а также развитию из многих предприятий. Но следует также понимать, что информационное построение управления человеческими ресурсами не является простым. Это не простое применение информационных технологий. Конкретное информационное построение и подчеркивание ценности информационного построения не просты. Также важно, как более эффективно осуществлять информационное построение управления человеческими ресурсами. достойный глубокого осмысления предприятиями.

2. Проблемы в построении информатизации управления человеческими ресурсами предприятия

2.1. Построение систем происходит вяло в области информационного конструирования

Построение системы информатизации управления человеческими ресурсами предприятия – это динамичный процесс, ключевым элементом которого является конкретное применение информационных технологий. В настоящее время

многие предприятия попробовали построение информации с помощью применения информационных технологий в управлении человеческими ресурсами, но они не проделали хорошую работу по построению систем управления человеческими ресурсами в процессе построения информации, и задержка в построении системы также стала специфической проблемой. Институционализированный менеджмент является основной особенностью развития различных видов управленческой деятельности современных предприятий, и особенно желательно полагаться на конкретные рекомендации и нормы системы, чтобы обеспечить гарантии развития различных видов управленческой деятельности. Однако управление человеческими ресурсами большинства предприятий всегда уделяло мало внимания построению базовых систем, и несовершенные и ненадежные базовые системы также являются очень распространенной проблемой управления человеческими ресурсами. Под влиянием этой проблемы в деятельности по управлению человеческими ресурсами наблюдается сильная хаотичность, и несовершенство базовой системы стало причиной некоторых управленческих проблем. С точки зрения построения информационной системы управления человеческими ресурсами, некоторые виды межпредприятийного управления фокусируются на применении информационных технологий, в то время как построение базовой системы может быть легко проигнорировано. Таким образом, хотя применение информационных технологий в определенной степени улучшило управленческие инновации и фактическую эффективность управления, недостатки ненадежных базовых систем существовали всегда.

2.2. Недостаточная глубина применения информационных технологий

В процессе информационного конструирования управления человеческими ресурсами предприятия возможность полного применения информационных технологий часто оказывает влияние на скорость конкретного процесса информационного конструирования и достижение эффективности информационного конструирования. Некоторые предприятия уже опробовали применение информационных технологий в управлении человеческими ресурсами и укрепили ин-

формационную конструкцию управления с разных точек зрения, но глубина применения информационных технологий явно недостаточна, что также стало специфической проблемой на уровне информационного построения управления человеческими ресурсами. Вообще говоря, управление человеческими ресурсами включает в себя содержание управления на нескольких уровнях, таких как набор талантов, отбор, обучение и компенсация, и содержание управления на каждом уровне также включает в себя ряд управленческих задач. Поскольку не существует хорошего плана информатизации управления человеческими ресурсами, большинство предприятий недостаточно эффективно применяют информационные технологии для решения различных задач управления человеческими ресурсами. Формально говоря, хотя применение информационных технологий в определенной степени изменило форму управления, технические преимущества не были в полной мере отражены при разработке различных управленческих задач. Под влиянием этой проблемы информационная конструкция управления человеческими ресурсами может легко облечься в форму, а недостаточная глубина и широта применения информационных технологий также ослабили прикладную ценность информационных технологий в динамичном управлении. [2]

2.3. Способность менеджеров управлять информацией невелика

В процессе построения информационной системы управления человеческими ресурсами предприятия непосредственное влияние на построение управленческой информации будет оказывать то, имеют ли руководители высшего звена полное представление об управлении человеческими ресурсами, применении информационных технологий в управлении и вопросах построения управленческой информации. Так называемое информационное построение управления человеческими ресурсами обязательно предполагает применение некоторых новых технологий и методов. В этом процессе информационные технологии в большей степени рассматриваются как специфический инструмент управления, а менеджеры по персоналу являются основным источником применения соответствующих технологий. Все это время большинство предприятий плохо справля-

лись с формированием команд талантов в области управления человеческими ресурсами, особенно они не уделяют внимания управленческим инновациям и созданию управленческой информации, и обучение управленческого персонала управлению информацией также легко проигнорировать. В этом случае, даже если тенденция применения информационных технологий в управлении человеческими ресурсами является хорошей, когда дело доходит до конкретных технологий и программных приложений, персонал, в основном ответственный за развитие управления человеческими ресурсами, не может оказать достаточную поддержку применению информационных технологий и управлению вопросами построения информации. Когда возможности менеджеров по управлению информацией явно недостаточны, предприятия становятся очень пассивными в информационном построении управления человеческими ресурсами. Как только в управлении возникают различные проблемы при применении информационных технологий, эффективность их решения будет очень низкой.

3. Конкретные стратегии построения системы информатизации управления человеческими ресурсами предприятия

3.1. Одновременное построение информации и системы

При информационном построении управления человеческими ресурсами предприятия особенно важно осуществлять информационное построение и системное построение одновременно, что также является необходимым условием для содействия более эффективному применению информационных технологий в различных управленческих задачах. Например, в процессе информационного построения системы управления человеческими ресурсами на крупном предприятии предприятие провело базовый анализ ситуации с управлением человеческими ресурсами. Обращаясь к фактическому информационному построению системы управления, предприятие также осуществило целенаправленное построение системы управления человеческими ресурсами и дальнейшее совершенствование конкретной системы управления. В новой системе управления были уточнены взаимосвязь между полномочиями и ответственностью, общее

содержание, конкретные цели и общие принципы управления. В то же время усиление информационной структуры управления также стало основным содержанием системы. После того как базовая система была усовершенствована, степень стандартизации различных управленческих задач была значительно повышена по сравнению с прошлым. После формирования хорошей институциональной среды управленческая работа с применением информационных технологий также может быть лучше ориентирована и стандартизирована. Следовательно, предприятия не могут осуществлять построение информатизации управления человеческими ресурсами в пользу друг друга, но должны одновременно осуществлять построение информатизации управления и построение системы. После укрепления фундамента системы хорошая институциональная среда также может оказать дополнительную помощь и поддержку в информационном построении управления. [3]

3.2. Укреплять применение информационных технологий с помощью специальных систем.

Чтобы избежать формализации концепции информатизации управления человеческими ресурсами на предприятиях, глубина применения информационных технологий в динамическом управлении должна постоянно увеличиваться в конкретной конструкции. В частности, предприятия могут использовать специальные системы для эффективного управления человеческими ресурсами и содействия эффективной интеграции информационных технологий и менеджмента на различных уровнях. Взяв в качестве примера компанию крупной группы, она может использовать ERP-систему управления для выполнения различных задач внутреннего управления и полагаться на модуль управления человеческими ресурсами, а также использовать функциональные модули в этой системе управления для выполнения хорошей работы по подбору персонала, отбору, обучению, вознаграждению и другой работе. В то же время при разработке таких работ, как служебная аттестация, предприятия могут также использовать информационные технологии и специальные системы для более эффективного выполнения соот-

ветствующей работы. На данном этапе зрелость системы управления человеческими ресурсами постоянно совершенствуется, и различное программное обеспечение также может быть эффективно применено при разработке системы управления человеческими ресурсами на предприятиях. Следовательно, предприятиям следует также активизировать применение конкретных систем управления и программного обеспечения при осуществлении информационного построения управления человеческими ресурсами, с тем чтобы высокоинтегрированные системы и программное обеспечение могли стать основой для углубленного и всестороннего применения информационных технологий управления человеческими ресурсами, а также за счет увеличения глубины и широты информации применение технологий, прикладная ценность соответствующих технологий может быть лучше реализована. [4]

3.3. Усилить подготовку персонала по управлению информацией

При информационном построении управления человеческими ресурсами предприятия статус построения команды специалистов по управлению человеческими ресурсами неизбежно окажет влияние на применение информационных технологий в различных управленческих задачах и статус информационного построения руководства. Следовательно, предприятиям следует также учитывать потребности в создании управленческой информации и соответствующие изменения в управленческой работе в рамках применения информационных технологий для создания соответствующей команды талантливых специалистов, чтобы таланты, в основном ответственные за управление человеческими ресурсами, могли оказывать больше помощи в вопросах создания информации. В частности, предприятия должны сначала провести обучение по применению информационных технологий в отделе управления персоналом и, организовав соответствующее обучение персонала по частям, углубить понимание талантливыми специалистами управленческой работы с применением информационных технологий и повысить их способность эффективно выполнять различные задачи, опираясь на соответствующие технологии. Исходя из этого, предприятиям следует также со-

четать применение различных систем и программного обеспечения в информационной структуре управления человеческими ресурсами, организовывать соответствующий персонал для проведения централизованного обучения и сосредотачиваться на укреплении их способности использовать конкретные системы и программное обеспечение для выполнения работы по управлению человеческими ресурсами. Начав укреплять структуру персонала по управлению информацией с вышеуказанной точки зрения, предприятия, естественно, могут проявлять больше инициативы в информационном построении системы управления человеческими ресурсами.

4. Вывод

Предприятия всех типов должны уделять достаточное внимание информационному построению управления человеческими ресурсами и активно внедрять соответствующие методы управления на основе полной интеграции своих собственных методов управления. Стоит отметить, что управление человеческими ресурсами – это динамичный процесс, и информационное построение управления также окажет некоторое влияние на присущую ему систему управления. Следовательно, предприятиям также следует эффективно оценивать состояние создания информационной системы управления человеческими ресурсами. С помощью метода нормализованной оценки можно лучше понять состояние применения информационных технологий в реальном управлении, а также своевременно обнаружить и решить различные проблемы. Исходя из этого, предприятия должны вносить коррективы и оптимизацию, связанные с информационным построением управления человеческими ресурсами, чтобы гарантировать, что прикладные преимущества и ценности информационных технологий могут быть использованы в полной мере. [5]

Список литературы:

1. Хуан Фэн. Пробный анализ стратегии построения информационной системы управления человеческими ресурсами предприятия [J].Гражданский и коммерческий кодекс Китая, 2021 (8): P.286.

2. Чжао Цзин, Ян Ян. Исследование мер противодействия информатизации управления человеческими ресурсами на предприятиях в новую экономическую эпоху [J]. Модернизация торгового центра, 2021(14):P.72-74.
3. Чжан И“.Анализ построения информатизации и инноваций в управлении человеческими ресурсами предприятия в эпоху "Интернет+" [J]. Современный бизнес, 2021 (15): P.63-65.
4. Чжан Цзюнь. Обсуждение эффективных стратегий предприятий по усилению информатизации управления человеческими ресурсами [J]. Реформа предприятия и управление им, 2022 (10): P.73-75.
5. Чэнь Люлин. Исследования и контрмеры по построению информатизации управления человеческими ресурсами предприятия в новый период [J].База данных китайских научных и технологических журналов (полнотекстовое издание) Economic Management, 2021 (1): P.3-4.

ПОГОВОРИМ ОБ УПРАВЛЕНИИ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬЮ И ВОЗНАГРАЖДЕНИЕМ

Чжан Чжиян

*студент,
Северо-Восточный федеральный
университет имени М.К. Аммосова,
РФ, г. Якутск
E-mail: 9237791@qq.com*

Михайлова Анна Викторовна

*научный руководитель, канд. экон. наук,
зав. кафедры социологии и управления персоналом,
Финансово-экономический институт,
Северо-Восточный федеральный
университет имени М.К. Аммосова,
РФ, г. Якутск*

АННОТАЦИЯ

В процессе управления человеческими ресурсами оценка эффективности работы сотрудников и управление заработной платой играют очень важную роль в стимулировании трудового энтузиазма сотрудников и дальнейшем повышении экономических выгод предприятий. Только при тесной интеграции оценки эффективности работы и управления компенсациями может быть полностью реализована цель мотивации трудового энтузиазма сотрудников предприятия и может быть воплощена более глубокая роль управления компенсациями.

Ключевые слова: управление эффективностью; управление вознаграждением.

Учитывая стремительное развитие экономики нашей страны, как мы можем быть непобедимы в конкурентной борьбе, еще больше повысить эффективность нашей работы на предприятии и быть оцененными лицами, принимающими корпоративные решения? Управление заработной платой должно использоваться правильно, чтобы максимизировать энтузиазм сотрудников. Конечно, есть не что

иное, как две ситуации, касающиеся значения производительности: первая заключается в понимании эффекта работы. Бернардин считал: “Производительность должна измеряться с точки зрения эффективности работы. Только таким образом она может быть связана с удовлетворенностью клиентов, будущими целями и задачами компании, а также использованием инвестированных средств”. С другой стороны, понимание эффективности в дальнейшем реализуется через поведенческие показатели на работе. Мерфи понимает эффективность следующим образом: “Отражаются период времени и цели, достигнутые определенным человеком в определенной компании или организации”. Очевидно, что приведенные выше два объяснения не являются очень исчерпывающими. Поэтому мы определяем степень достижения некоторыми сотрудниками организации или подразделения целей, требуемых организацией, чтобы оценить трудоспособность, эффективность работы, отношение к работе и т.д. Системы.

Благодаря специальной практике и углубленным исследованиям, проведенным в последние годы, в процессе планирования управления человеческими ресурсами современных предприятий все еще существуют некоторые проблемы, особенно в процессе управления производительностью, а именно:

Во-первых, цели оценки неопределенны, и есть много неподходящих мест. Есть некоторые предприятия или подразделения, у которых нет четкого направления для служебной аттестации, и у них нет четкого, конкретного и всеобъемлющего понимания того, какие проблемы должны быть решены с помощью служебной аттестации и каковы будут последствия.

Во-вторых, обращайтесь внимание только на личные результаты работы персонала, но не учитывайте общие экономические выгоды предприятия. Цели деятельности предприятия должны быть тесно интегрированы со стратегическими целями и бизнес-стратегиями будущего развития предприятия. Однако в повседневной управленческой работе руководители предприятий часто не проводят различия между приоритетом и важностью. Самым важным является оценка эффективности работы персонала предприятия, но игнорируются общие выгоды предприятия. [1]

В-третьих, обратите внимание на проверку корпоративного персонала. Служебная аттестация предприятия – это всего лишь проверка персонала предприятия, но руководители предприятия не являются целенаправленными, в результате чего оценка не является всеобъемлющей и справедливой, а сотрудники предприятия полны жалоб и постепенно теряют энтузиазм к работе.

В-четвертых, упростите служебную аттестацию. Многие компании не уделяют достаточного внимания оценке эффективности, преследуя единые цели и выполняя простые действия. Особенно для руководителей предприятий, некоторые просто рассматривают служебную аттестацию как единый балл и привязывают ее к бонусам, то есть результаты работы каждого сотрудника предприятия оцениваются количественно, а затем оценка эффективности просто привязывается к заработной плате, особенно к премиям в конце месяца, квартальным или годовым премиям сотрудников предприятия, связанные друг с другом.

Учитывая вышеперечисленные проблемы, как эффективно решить проблему служебной аттестации персонала предприятий и учреждений? Это может быть решено с помощью следующих аспектов:

Во-первых, для некоторых предприятий нет четкой цели оценки, нет направления и точности, поэтому ее необходимо внедрять слой за слоем в различные отделы, то есть большие цели развития предприятия декомпозируются слой за слоем, чтобы они стали маленькими целями, и далее внедряются руководителям на всех уровнях, так что цели будущего развития предприятия будут тесно связаны с целями и выгодами различных подразделений и сотрудников предприятия. Это также позволяет персоналу на всех уровнях быть целенаправленным и сбалансированным при оценке эффективности, а также полностью отражает справедливость и научность оценки эффективности, так что оценка эффективности может завоевать сердца и умы людей и может полностью мобилизовать энтузиазм сотрудников предприятия, так что предприятие может получить максимальные экономические выгоды и постепенно превращать оценку эффективности работы от простых базовых преимуществ сотрудников

предприятия к общему совершенствованию и развитию системы управления эффективностью. В то же время необходимо органично сочетать личную оценку и управление отделом, то есть, если отдел не сможет выполнить плановые показатели предприятия на конец года в соответствии с регламентом, к этому будут причастны все сотрудники этого отдела. Таким образом, все сотрудники связаны друг с другом, особенно те, у кого низкая трудоспособность, и они будут работать от всего сердца, чтобы служить цели взаимного контроля, взаимопомощи и общего совершенствования. Бизнес-менеджеры должны строго требовать от себя подавать пример и брать на себя инициативу. Оценивая сотрудников предприятия, они должны быть справедливыми и разумными. В то же время они должны строго избегать сложности различных процессов в процессе внедрения, что не только приводит к растрате большого количества человеческих ресурсов, но и также заставляет людей быть легкомысленными и неэффективными. Поэтому, прежде всего, должна быть разработана полная система служебной аттестации, а процедуры служебной аттестации должны быть упрощены таким образом, чтобы служебная аттестация могла достичь наибольшего эффекта повышения эффективности производства.

Во-вторых, доля служебной аттестации должна быть значительно увеличена для дальнейшего повышения эффективности труда. Еще больше увеличьте долю служебной аттестации персонала предприятия и полностью мобилизуйте энтузиазм сотрудников предприятия, особенно после завершения служебной аттестации, необходимо своевременно обналичивать финансовое вознаграждение, особенно “звездным сотрудникам” на предприятии, а также увеличить интенсивность вознаграждений, чтобы максимизировать стимулирующий эффект вознаграждения сотрудников предприятия. Что касается центральных сотрудников, обладающих высоким техническим уровнем, сильными оперативными способностями, ответственностью и профессионализмом на предприятии, то они занимают важное положение на предприятии и играют очень важную роль в будущем развитии предприятия. В то же время они также являются “востребованным товаром” на рынке труда. рынок, например, старший управленческий

персонал, старшие технические специалисты и старший персонал по продажам и обслуживанию на некоторых предприятиях. [2]

В ходе своей работы сотрудники предприятия получают материальные или нематериальные выгоды, выплачиваемые предприятием за счет их собственного труда, то есть заработную плату. Вознаграждение обычно делится на два вида: прямое и косвенное вознаграждение. Прямое вознаграждение осуществляется через заработную плату, различные субсидии, бонусы и т.д., косвенное вознаграждение в основном включает различные виды социального обеспечения, социальные пособия, бесплатное обучение, духовную поддержку и т.д. Заработная плата может вполне удовлетворять сотрудников предприятия психологически, и в то же время она также может позволить сотрудникам предприятия хорошо отражать свою ценность через заработную плату, а также может отражать их чувство выполненного долга в работе предприятия, что играет хорошую мотивирующую роль.

Однако есть также много основных сотрудников предприятий, которые решительно покинули компанию, потому что компания не соответствовала их обычным требованиям к заработной плате, что оказало большое влияние на компанию. Поэтому для этих центральных сотрудников мы должны стараться изо всех сил соответствовать их требованиям, иначе будут небольшие убытки и большие убытки.

Таким образом, управление человеческими ресурсами имеет множество коннотаций, не только управление заработной платой и производительностью, но и большое количество контента. С быстрым развитием экономики нашей страны наша страна постепенно вошла в число мировых держав. Только будучи тесно связанными с международным сообществом, мы можем лучше изучить передовой зарубежный опыт управления человеческими ресурсами, и мы можем постепенно улучшить наше собственное идеологическое понимание и в полной мере использовать коллективную силу наших стран. В то же время это также

позволяет каждому сотруднику предприятия максимально раскрыть свой потенциал, чтобы предприятие могло получать большие экономические выгоды и закладывать прочную основу для будущего развития предприятия.

Список литературы:

1. Песня Вэйпин. Проблемы и контрмеры при оценке эффективности государственных учреждений [J]. Развитие кадровых ресурсов.
2. Ян Синь. Исследование механизма стимулирования заработной платы основных работников предприятий [D]. Шаньдунский университет, 2008, 2008.10:P.55-56

АНАЛИЗ И КОНТРОЛЬ ЗАТРАТ НА ОПЛАТУ ТРУДА

Янь Ци

*магистрант,
Северо-Восточного федерального
университета, им. М.К. Аммосова,
РФ, г. Якутск
E-mail: 345211834@qq.com*

Михайлова Анна Викторовна

*научный руководитель,
канд. экон. наук, заведующая кафедрой
социологии и управления персоналом,
руководитель магистерской программы
Управление человеческими ресурсами.
Северо-Восточного федерального
университета, им. М.К. Аммосова,
РФ, г. Якутск*

АННОТАЦИЯ

В данной диссертации рассматриваются ключевые вопросы анализа затрат, бюджетирования, контроля и цифровизации в управлении человеческими ресурсами. Раскрывается влияние каждого элемента на общую стоимость человеческих ресурсов и их внутренняя логическая взаимосвязь, что служит важным ориентиром для анализа затрат предприятий. На этой основе изучаются методы составления бюджетов затрат на управление персоналом и практические стратегии, подчеркивается точность и выполнимость бюджетов, которые обеспечивают мощную поддержку предприятиям для эффективного контроля затрат на управление персоналом. В то же время подробно обсуждается, как повысить конкурентоспособность и экономическую эффективность предприятий путем балансировки и оптимизации затрат на персонал, предлагаются целевые меры по контролю затрат и пути оптимизации. Наконец, в работе рассматриваются будущие тенденции развития цифровизации затрат на персонал, анализируется применение цифровых технологий в управлении затратами на персонал и предлагаются важные идеи для предприятий по достижению цифровой трансформации управления персоналом. Благодаря исследованию, проведенному в данной диссертации.

ции, предприятия смогут лучше понять и усвоить основные элементы управления затратами на персонал, что обеспечит мощную поддержку для повышения эффективности организации и содействия устойчивому развитию.

Ключевые слова: элементы затрат, анализ затрат, бюджетирование затрат, контроль затрат, балансирование и оптимизация, цифровизация затрат.

1. Компоненты затрат на оплату труда

С развитием глобальной экономической интеграции и обострением рыночной конкуренции предприятия уделяют все больше внимания управлению и контролю затрат на рабочую силу. Являясь важной частью операционных расходов предприятия, эффективность управления и оптимизация затрат на рабочую силу напрямую связаны с экономической эффективностью и долгосрочным развитием предприятия. Под затратами на рабочую силу понимаются расходы, инвестируемые предприятиями в человеческие ресурсы, включая базовую заработную плату, премии и надбавки, социальное страхование и фонд обеспечения, расходы на подбор и обучение персонала, социальное обеспечение сотрудников и т. д. Эти расходы составляют базовую стоимость рабочей силы. Эти затраты составляют базовую структуру расходов на рабочую силу и служат основой для анализа и контроля затрат.

Базовая зарплата – это основная часть системы оплаты труда, которая обычно определяется в зависимости от должности, навыков, опыта и уровня рыночной зарплаты работника, и представляет собой фиксированное вознаграждение, получаемое работником за свой труд на предприятии, которое составляет основу стоимости рабочей силы. Социальные льготы – это дополнительные льготы, предоставляемые предприятиями в дополнение к основной заработной плате с целью повышения чувства принадлежности и удовлетворенности работников. К числу распространенных социальных льгот относятся пособие на питание, субсидии на связь, медицинское страхование, ежегодный медицинский осмотр и т. д. Хотя эти льготы не выплачиваются непосредственно в денежной

форме, предприятиям все равно приходится нести соответствующие расходы. Расходы на обучение – это расходы, которые предприятия несут для повышения квалификации и знаний своих сотрудников с целью повышения эффективности и качества их работы, включая внутреннее обучение, внешнее обучение, онлайн-курсы и другие формы обучения. Хотя эти расходы увеличивают расходы предприятий в краткосрочной перспективе, они помогают повысить эффективность работы своих сотрудников и конкурентоспособность предприятия в долгосрочной перспективе. Расходы на подбор персонала – это расходы, которые предприятие несет для привлечения и отбора подходящих сотрудников, включая плату за рекламу, плату за мероприятия по подбору персонала, расходы на проведение собеседований, плату за проведение фоновых исследований, зарплату рекрутера и т. д. Это расходы, с которыми предприятию приходится сталкиваться в процессе подбора персонала. Социальное страхование – это расходы на социальное страхование, которые предприятия оплачивают за своих работников в соответствии с государственными нормами, включая пенсионное страхование, медицинское страхование, страхование от безработицы, страхование от производственных травм, страхование материнства и т. д. Это важная часть защиты прав и льгот работников, а также важная часть расходов предприятия на рабочую силу. Жилищная субсидия – это вид социальной помощи, предоставляемой предприятием для поддержки работников в решении жилищной проблемы, которая может быть выдана в виде денежных средств или реализована в виде предоставления общежития или помощи работникам в аренде жилья, а размер и форма субсидии зависят от политики предприятия и фактических потребностей работников. Субсидия на проезд – это вид социальной помощи, предоставляемой предприятием для компенсации расходов на проезд, понесенных сотрудниками в связи с их работой, которая часто выдается в виде наличных денег и может гибко использоваться сотрудниками в соответствии с их собственными потребностями в поездках, а субсидия на проезд помогает облегчить финансовое бремя сотрудников и повысить их удовлетворенность работой. Премия по результатам работы – это

вид вознаграждения, предоставляемый предприятием в соответствии с результатами работы и показателями сотрудников, размер премии обычно связан с результатами оценки работы сотрудников, направленной на мотивацию сотрудников к повышению эффективности и качества работы, премия по результатам работы является переменной частью стоимости рабочей силы, которая может быть скорректирована в зависимости от результатов работы предприятия и фактической производительности сотрудников.

2. Проанализируйте разумный уровень затрат на рабочую силу

Комплексный анализ затрат на человеческие ресурсы, конкретные показатели анализа включают: выручку от продаж на душу населения, прибыль на душу населения, средние затраты на рабочую силу, заработную плату на душу населения, коэффициент заработной платы прямого производственного персонала, коэффициент заработной платы непромышленного персонала, долю затрат на рабочую силу в общих затратах предприятия, коэффициент затрат на человеческие ресурсы, прибыль от затрат на рабочую силу, маржу прибыли от заработной платы и так далее. Метод анализа затрат на рабочую силу разрабатывается с четырех аспектов, а именно: анализа выгод, сравнительного анализа, анализа внутренней структуры и анализа управления предприятием.

2.1. Анализ преимуществ

Анализ рентабельности проводится компаниями для сравнения соотношения затрат на оплату труда и общей или чистой прибыли компании, чтобы оценить влияние затрат на оплату труда на рентабельность компании. Анализ окупаемости инвестиций (ROI) – это взаимосвязь между инвестициями в человеческие ресурсы и эффективностью бизнеса, позволяющая понять долгосрочную и краткосрочную отдачу от инвестиций в человеческие ресурсы. Анализ затрат и выгод оценивает выгоды бизнеса на единицу затрат на рабочую силу, сравнивая затраты на рабочую силу с производительностью, эффективностью или качеством работы сотрудников.

Коэффициент ввода-вывода = общая прибыль/общие затраты на рабочую силу, общий операционный доход/общие затраты на рабочую силу, рассчитайте

количество прибыли и дохода, полученного на каждый 1 доллар, вложенный в затраты на рабочую силу. Например, если общие трудовые затраты компании в 2022 году составляют 10 миллионов юаней, а общая прибыль – 15 миллионов юаней, то соотношение "затраты-выпуск" равно: 15 миллионов юаней / 10 миллионов юаней = 1,5, то есть каждый вложенный 1 юань трудовых затрат приносит 1,5 юаня прибыли. Исходя из этого, можно сделать вывод, что в 2023 году, если не будет значительных влияющих факторов, соотношение "затраты-выпуск" должно увеличиться, то есть прибыль и доход на каждый 1 доллар, вложенный в стоимость рабочей силы, в 2023 году будет выше, чем в 2022 году, что является хорошим состоянием для развития компании.

Коэффициент распределения трудовых ресурсов = Общие затраты на рабочую силу/стоимость прироста выручки и Общие затраты на рабочую силу/стоимость прироста прибыли, чтобы рассчитать, какой процент прироста выручки или чистой прибыли компании приходится на затраты на рабочую силу. Например, если общие затраты компании на рабочую силу в 2022 году составляют 10 миллионов долларов, а добавленная стоимость к выручке – 20 миллионов долларов, то коэффициент распределения рабочей силы будет равен 10 миллионов долларов / 20 миллионов долларов = 50 %, что означает, что 50 % прироста выручки используется для затрат на рабочую силу. Тогда можно проанализировать, что если в 2023 году не будет значительных влияющих факторов, то коэффициент распределения трудовых ресурсов должен уменьшиться, что хорошо.

Коэффициент расходов на персонал = общие расходы на оплату труда / общий операционный доход, рассчитывает долю расходов на оплату труда в операционном доходе. Если у компании нет высокой скорости развития или изменений в бизнесе и других особых обстоятельств, то при расчете многолетних исторических данных обнаружится, что за все годы Коэффициент затрат на персонал Величина изменений не будет очень большой, в небольшом диапазоне колебаний, таких как 4%-6%, на которые приходится доля заработной платы в общей стоимости рабочей силы, но также в небольшом диапазоне колебаний, таких как 50%-55% (в зависимости от отрасли, компания отличается, доля различий).

Коэффициент затрат на персонал, снижающийся год от года, является хорошим состоянием развития компании.

2.2. Сравнительный анализ

Предприятия могут собирать данные о затратах на рабочую силу в той же или аналогичной отрасли с помощью отраслевого сравнительного анализа, чтобы провести сравнение и понять конкурентоспособность предприятия по затратам в отрасли. Также можно проанализировать исторические данные, чтобы сравнить данные о затратах на рабочую силу предприятий за последние несколько лет, проанализировать тенденцию изменения затрат и предсказать направление будущих затрат. Или проанализировать стратегии затрат на рабочую силу конкурентов, включая компенсации и льготы, инвестиции в обучение и т. д., чтобы предоставить предприятиям рекомендации по разработке более целенаправленных стратегий затрат.

Например, вертикальное сравнение – это использование роста общих затрат на рабочую силу за последние годы для сравнения с ростом операционного дохода, чистой прибыли и средней заработной платы соответственно. При хорошем состоянии развития компании следует придерживаться принципа "два ниже, чем": рост общих затрат на рабочую силу ниже роста операционного дохода, рост средней зарплаты ниже роста душевого оборота, а рост средней зарплаты ниже роста чистой прибыли. Оборот на душу населения Рост средней заработной платы ниже, чем рост оборота на душу населения. Это отражает стимулирующий эффект вознаграждения и побуждает тратить больше средств на оплату труда для получения большей выгоды. Мы также должны сравнить бюджет этого года с фактическими и бюджетными показателями предыдущего года, чтобы увидеть, увеличиваются или уменьшаются расходы на рабочую силу, и выяснить причины увеличения или уменьшения, чтобы иметь четкое представление о ситуации.

2.3. Анализ внутренней структуры

Предприятия могут проводить анализ затрат по отделам, чтобы проанализировать затраты на рабочую силу в различных отделах или подразделениях и понять, в каких отделах или подразделениях затраты на рабочую силу относительно высоки, а затем провести целевую оптимизацию. Можно также провести анализ уровня должностей, чтобы сравнить затраты на рабочую силу для разных уровней должностей, проанализировать различия в затратах между уровнями и создать основу для оптимизации системы вознаграждения. Можно также проанализировать результаты работы сотрудников и затраты на них, объединив результаты работы сотрудников, проанализировав различия в затратах между сотрудниками с разными уровнями производительности и предоставив данные для управления эффективностью и систем стимулирования. Анализируя исторические данные, класс I может увидеть важность и изменения каждого компонента в общей сумме, и часто доля каждого компонента не сильно меняется при отсутствии значимых факторов.

2.4. Управленческий анализ

Предприятия могут проанализировать свои внутренние процессы, чтобы выявить необоснованные или неэффективные звенья, которые могут привести к росту затрат на рабочую силу, и предложить их оптимизацию. Анализ эффективности управления человеческими ресурсами также может быть проведен для оценки эффективности работы отдела кадров в области найма, обучения, управления эффективностью и т. д., а также для предложения мер по улучшению ситуации с целью снижения затрат на управление. Кроме того, анализ удовлетворенности сотрудников и затрат может быть использован для понимания влияния удовлетворенности сотрудников на стоимость рабочей силы, а также для разработки стратегий по повышению удовлетворенности сотрудников и снижению текучести кадров. Сравнение с внешними данными, например с ориентировочный уровень заработной платы на предприятии, индексом потребительских цен CPI, социальная заработная плата повышение, чтобы проанализировать систему человеческих ресурсов компании и фактическую ситуацию.

В заключение, путем детального анализа вышеуказанных четырех пунктов в сочетании с другими аспектами ситуации, такими как отраслевые стандарты, масштаб предприятия, географические различия, стоимость сотрудников, обучение и развитие, законы и правила, конкурентная среда и т.д., пользовательский анализ, более полное понимание собственной ситуации с человеческими затратами, найти существующие проблемы и возможности, чтобы сформулировать более разумную и эффективную стратегию человеческих затрат для повышения конкурентоспособности и прибыльности предприятия. конкурентоспособности и прибыльности предприятия.

3. Бюджетирование расходов на оплату труда

3.1. Основа для составления бюджета трудовых затрат

Основная база для составления предприятием бюджета расходов на рабочую силу включает в себя ряд аспектов, которые в совокупности формируют основу и рамки бюджета расходов на рабочую силу предприятия. Первой и главной основой является существующее состояние персонала или система компании, такая как оплата труда действующего персонала, текущий уровень оплаты труда действующего персонала, включая базовый оклад, премии, надбавки и т. д., что составляет основную часть затрат на рабочую силу и является базовыми данными предприятия при составлении бюджета. С развитием бизнеса предприятиям может потребоваться пополнение штата или привлечение новых сотрудников, поэтому в процессе составления бюджета предприятиям необходимо учитывать уровень вознаграждения этих сотрудников, включая расходы на найм, ввод в должность и обучение. Помимо корректировки заработной платы и расходов на социальное обеспечение, заработная плата корректируется в зависимости от рыночных условий и результатов работы сотрудников, а также им предоставляются различные льготы. Эти факторы необходимо учитывать при составлении бюджета расходов на рабочую силу, чтобы отношение к сотрудникам соответствовало уровню развития предприятия.

Бюджет расходов на рабочую силу также должен учитывать развитие бизнеса предприятия в следующем году, например, количество сотрудников в каждом отделе, что определяет количество сотрудников, которым предприятию необходимо платить зарплату. Другой пример – расходы на подбор персонала. По мере развития бизнеса компании может потребоваться набор новых сотрудников, и расходы на подбор персонала включают в себя объявления о наборе, кампании по набору, собеседования и так далее. Эти расходы должны быть полностью учтены в бюджете расходов на рабочую силу, чтобы обеспечить бесперебойную работу по найму персонала.

При этом бюджет должен составляться с учетом кадрового планирования, годового плана работы и т.д. Если план или планирование предприятия на следующий год будет усилено в сегменте обучения, то для того, чтобы повысить деловой потенциал и навыки сотрудников, обычно необходимо проводить различные обучающие мероприятия. Эти учебные мероприятия включают в себя внутреннее обучение, внешнее обучение, онлайн-обучение и т.д., все они требуют определенных затрат. В бюджете расходов на рабочую силу эта часть должна быть полностью учтена.

Подводя итог, можно сказать, что эти базы предоставляют предприятиям основные данные и рамки для составления бюджетов расходов на рабочую силу, которые помогают им лучше управлять своими человеческими ресурсами. В то же время эти базы отражают важность и заботу, которую предприятия уделяют своим сотрудникам, что помогает повысить их удовлетворенность и лояльность.

3.2. Методология составления бюджета расходов на человека

Два основных типа методов составления бюджета трудовых затрат включают в себя подход "снизу вверх" и "сверху вниз". Оба метода имеют свои преимущества и недостатки и применимы к различным ситуациям и потребностям.

Подход "снизу вверх" обычно начинается с отдельных департаментов или проектов, бюджетирования соответствующих трудовых затрат по отдельности, затем их корректировки по статьям, и, наконец, агрегирования и повторной кор-

ректировки. Ключ к этому методу лежит в рациональном распределении персонала. Благодаря тщательному составлению и анализу бюджета компании могут более точно определить потребности каждого отдела или проекта в трудовых ресурсах, а значит, лучше распределять ресурсы и принимать решения. Преимущества заключаются в том, что штатное расписание является более разумным, что позволяет избежать слепого найма и избыточности и предотвратить такие проблемы, как раздутые организации, переизбыток персонала и неэффективность, а бюджет является более точным, что позволяет лучше отразить фактическую ситуацию и потребности каждого отдела или проекта. Недостатки заключаются в том, что, если между отделами или проектами плохо налажена информационная связь или отсутствует понимание, это может привести к расхождению между бюджетными результатами и общими бизнес-целями компании, а если штатное расписание установлено необоснованно, это может привести к нерациональному использованию ресурсов или нехватке рабочей силы, что, в свою очередь, негативно скажется на нормальной работе предприятия.

Метод "сверху вниз" обычно исходит из общей стратегии и бизнес-целей компании, сначала определяет общий бюджет расходов на рабочую силу, а затем разбивает его по пунктам для каждого отдела или проекта и вносит неоднократные корректировки. Для определения разумного уровня общих затрат на рабочую силу требуются всесторонние суждения и анализ на основе четырех вышеупомянутых баз. Преимущество заключается в том, что он более тесно интегрирован с общими бизнес-задачами компании и помогает достичь ее стратегических целей. Благодаря всестороннему анализу и суждениям можно более полно учесть различные факторы, чтобы обеспечить обоснованность бюджета расходов на рабочую силу. Недостатки заключаются в том, что в процессе конкретной реализации может потребоваться больше корректировок и коммуникаций для обеспечения соответствия распределения составляющих статей фактической ситуации, а недостаточное понимание фактических потребностей и обстоятельств отделов или проектов может привести к значительному отклонению результатов бюджета от фактической ситуации.

При выборе метода бюджетирования трудовых затрат предприятиям необходимо всесторонне проанализировать ситуацию и потребности. Для более крупных и сложных предприятий может потребоваться сочетание двух методов бюджетирования для обеспечения точности и обоснованности бюджетных результатов. В то же время, независимо от того, какой метод используется, необходимо сосредоточиться на коммуникации и координации с различными отделами или проектами, чтобы обеспечить беспрепятственное исполнение бюджета и достижение желаемых целей.

4. Контроль и корректировка затрат на оплату труда

4.1. Финансовые требования к контролю затрат на рабочую силу с точки зрения прибыли.

Например, целевой операционный доход компании составляет 1 миллиард в следующем году, целевая чистая прибыль – 100 миллионов, финансовые расчеты, целевой операционный доход минус производственные затраты, налоги, амортизация, другие отчисления и т.д., и выяснилось, что чистая прибыль может быть завершена только 90 миллионов, от целевой все еще не хватает 10 миллионов, как быть? Либо сжимать производственные затраты, либо сжимать затраты на рабочую силу. Разработать использование трудовых затрат и правила корректировки.

4.2. Контроль затрат на оплату труда с точки зрения достижения бизнес-целей

Министерство людских ресурсов должно использовать общие затраты на рабочую силу пропорционально прогрессу во времени и не может использовать их сверх прогресса. Необходимые корректировки должны вноситься в использование общих затрат на рабочую силу в соответствии с ситуацией в бизнесе и изменениями во внутренней и внешней среде. Например, целевой операционный доход компании составляет 1 миллиард, целевой показатель чистой прибыли – 100 миллионов, целевые показатели дохода и чистой прибыли составляют 30%, 40% от весового коэффициента, Министерство бизнеса будет рассматривать затраты как минимум для обеспечения достижения целевого показателя чистой

прибыли. Посредством расчетов Министерства финансов и Министерства людских ресурсов, целевой показатель выручки составляет 1 миллиард, сколько постоянных затрат, сколько контролируемых затрат, из которых: сколько затрат на рабочую силу, затраты на рабочую силу в постоянных затратах и плавающие расходы. Сколько составляют постоянные затраты и плавающие затраты на оплату труда? В завершении различных доходов бизнеса, использование трудовых затрат также соответствуют, такие как доход до 8 миллиардов, использование трудовых затрат учитывается соотношение доходов 10%; до 9 миллиардов, использование трудовых затрат учитывается 9%; для завершения цели 1 миллиард, использование трудовых затрат учитывается ровно 8%, и так далее, чтобы определить количество трудовых затрат используется. Постоянные и переменные затраты в расходах на рабочую силу играют определенную роль, так что переменные стоимость рабочей силы тесно связаны с целями бизнеса.

5. Сбалансированность затрат на рабочую силу и Вознаграждение Стимулы оптимизационные мероприятия:

Компаниям необходимо повысить ценность и вклад своих сотрудников и сосредоточиться на показателях выручки на душу населения, чистая прибыль на душу населения и производительности на душу населения. Повысьте стимулы для выдающихся сотрудников и сотрудников с высокой производительностью. Сделать Соотнести персонал с работой и насыщенности работы, в соответствии с развитием бизнеса пересматривать штатное расписание. Нормативная численность персонала Обеспечить, чтобы штатное расписание было основано на фактических данных; разобраться со статусом дежурного персонала и предложить корректировку перегруженных или менее эффективных сотрудников; предложить дополнения в середине процесса с достаточным обоснованием и строгим утверждением. Кроме того, изучение возможности независимого учета затрат на рабочую силу также является эффективным способом управления общими затратами на рабочую силу, четкого определения вводимых и выводимых ресурсов и создания для каждого независимого подразделения стимула для контроля затрат и повышения производительности.

Кадровые службы должны экономить затраты на рабочую силу различными способами, и деньги тратятся на правильную сторону медали: например, создание пула поставщиков для улучшения соотношения цены и качества, с такими поставщиками, как организации по обучению и агентства по подбору персонала, управление файлами организации, такие как обучающие организации, кадровые агентства, агентства по управлению файлами и т. д. Например, инновационная модель рекрутинга, снижение затрат на подбор персонала, создание внутренних "хедхантеров", создание механизма развития кадровых ресурсов, поощрение внутренних рекомендаций, внимание к развитию отрасли, исследование тенденций развития талантов. Помните: зарплата – это инвестиции, а не расходы, инвестиции компании в зарплату, даже если это копейки, должны стремиться к максимальному эффекту.

б. Оцифровка человеческих ресурсов для оптимизации затрат на оплату труда

Чем больше размер персонала предприятия, сложность управления удвоится, многие предприятия отдела кадров завернуты в громоздкие вопросы, и даже оснащены более чем одним комиссаром посещаемости, комиссаром заработной платы, административным персоналом и т.д., и ручное управление неэффективно, посещаемость, вопросы заработной платы легко сделать ошибку, вызванную потерей предприятия, что приводит к высокой стоимости человеческих ресурсов. Цифровое управление человеческими ресурсами может снизить затраты на рабочую силу, от традиционной транзакционной работы к высококачественной, эффективной и действенной трансформации, может быть реализована в основных делах предприятия в систему автоматически запускать, значительно сократить ввод передачи передачи, файловой информации, посещаемости и заработной платы, административной логистики и других аспектов рабочей нагрузки может быть значительно снизить нагрузку и избежать возникновения ошибок, чтобы помочь предприятиям уменьшить конфигурацию комиссара, так что соответствующий персонал от повседневных дел, и перешли на более глубокий уровень управления.

Количество сотрудников на предприятии слишком велико, и менеджеры не могут точно контролировать кадровую информацию и ситуацию с зарплатой каждого сотрудника, поэтому они не могут точно сократить расходы и повысить эффективность. Цифровая система HR может основываться на собственных больших данных, помогать менеджерам понимать зарплату и производительность сотрудников, предоставлять зарплатный бюджет, подушевую эффективность, трудозатраты и другие отчеты по анализу данных, оптимизировать штатное расписание предприятия с помощью цифровых технологий, сокращать расходы. Она также может обеспечить обмен и циркуляцию информации, повысить эффективность связи между различными отделами, сократить дублирование усилий и расходы на рабочую силу, а также предоставить предприятиям более эффективные программы развития талантов, такие как онлайн-обучение, планы продвижения и т. д., чтобы повысить уровень удовлетворенности и удержания сотрудников и сократить расходы на утечку мозгов.

При внедрении цифрового управления персоналом компаниям необходимо учитывать затраты и риски, связанные с цифровой трансформацией, а также степень ее восприятия сотрудниками и принимать решения на основе комплексного подхода.

Резюме:

Благодаря всестороннему и глубокому пониманию затрат на управление персоналом, она предоставляет рекомендации и стратегии для предприятий, начиная с анализа затрат, бюджетирования, контроля затрат и цифрового развития. Предприятиям необходимо лучше понять основные элементы управления затратами на персонал и сформулировать стратегии для повышения организационной эффективности и устойчивого развития. В будущем им следует в полной мере использовать цифровые технологии и постоянно совершенствовать модель HRM для достижения более эффективного контроля затрат и создания стоимости.

Список литературы:

1. Ли Мингман, Анализ некоторых вопросов усиления контроля затрат на предприятии, [China Accountant General], 2009;
2. Цянь Цзин, Размышления о корпоративном контроле над расходами, [Экономика], 2020;
3. Ван Янь, Исследование анализа и контроля затрат на человеческие ресурсы в компании W, F426.471/F425.15 [Промышленная экономика Китая], 2020;
4. Ян Лю, Исследование контроля затрат на человеческие ресурсы малых и средних предприятий в Китае, F272.92 [Экономика предприятия], 2017.

ҚАЗАҚ ТІЛІНДЕГІ КОНФЕРЕНЦИЯ БАЯНДАМАЛАРЫ

БӨЛІМ

«ПЕДАГОГИКА»

ЖОҒАРҒЫ СЫНЫП ОҚУШЫЛАРЫНЫҢ “4К” ҚҰЗЫРЕТТІЛІГІН ХИМИЯ ПӘНІН ОҚЫТУДА ДАМУ

Қанатқызы Айсәуле

магистрант,

педагогика және психология кафедрасы,

Абай атындағы қазақ ұлттық

педагогикалық университеті,

Қазақстан, Алматы қаласы

E-mail: kanatkyzy1aisaule@mail.ru

THE DEVELOPMENT OF THE “4K” COMPETENCE OF HIGH SCHOOL STUDENTS IN TEACHING CHEMISTRY

Kanatkyzy Aisaule

Master's student,

faculty of pedagogy and psychology,

Abai Kazakh National Pedagogical University,

Kazakhstan, Almaty

АННОТАЦИЯ

XXI ғасыр басқа ғасырлардан популяция санынымен және әртүрлі салалардығы ауқымды өзгерістерімен ерекшеленеді. Және бұл экономика, политика, технология, білім саласындағы енген өзгерістерімен де ерекшеленеді. Осының ішінді білім беру саласы XXI ғасырдағы салалардың ішінде осы ғасырға сай ұрпақ тәрбиелеудегі жауапкершілікпен маңызды рөл атқарады. Сонымен қатар, білім беру саласы жас өркеннің сандық технологияны меңгеруге қажетті қабілеттер мен дағдыларды да үйренуіне жауапты болуы тиіс. Білім саласындағы ғалымдардың пайымдауынша, білім беру жүйесі XXI ғасыр үйренушілерінің қажеттіліктеріне сай білім, дағды, қабілетті қамтитындай қайта өңдеуден өтуі

керек. Бұл оқушылардың заман талабына сай өздерінің “soft skills”- ын дамытуына түрткі болады.

ABSTRACT

The 21st century differs from other centuries in terms of population size and large-scale changes in various industries. And it differs from the changes in the field of economy, politics, technology, and education. Within this, the field of education plays an important role among the fields of the 21st century with the responsibility of educating the generation for this century. In addition, the field of education should be responsible for learning the abilities and skills necessary for mastering digital technology. According to scientists in the field of education, the educational system should be reworked to include knowledge, skills, and abilities in accordance with the needs of students of the 21st century. This will motivate students to develop their "soft skills" in accordance with modern requirements.

Кілт сөздер: сыни ойлау, шығармашылық ойлау, коммуникация, коллаборация, “4К” құзыреттілік.

Keywords: critical thinking, creative thinking, communication, collaboration, “4C” competence.

Қазіргі таңдағы жылдам өзгерістер әр адамның жаңа қиындықтарға дайын болуын талап етеді. Кең ауқымды глобализация мен технологиялық қолданыстардың енуі адамдардың қалай мәселелерді шешуіне, адамдармен жұмыс істеуіне, коммуникациялық қабілеттерін қолдануына өз әсерін тигізуде. Білім беру саласы бұл жаһандану үдерісінде маңыздылыққа ие, себебі, оқушылардың осы қиындықтарды еңсеруіне және өз саласында табысты болуға қажетті қабілеттерді бойына сіңіре алады. Бұл мәселеде ескерер жайт- бүгін үйренген дағды ертеңгі өмірге керек болмай қалу ықтималдылығы, және ақпараттық сүзгінің болуы болып табылады [1, б. 150].

XXI ғасырдағы өзгерістерге икемделу үшін ең қажетті дағдылардың жиынтығы анықталды. Оларды The Partnership for 21st Century Learning's (2009)

үш категорияға бөлді: (1) өмірлік және кәсіптік, (2) үйрену және инновациялық, (3) информациялық және медиа, технологиялық дағдылар. Бұлардың барлығы ХХІ ғасыр үшін ең маңызды қабілеттер болып табылады.

ХХІ ғасыр табысты болу үшін арнайы дағдылар мен тәжірибе және сауаттылық, білімді қажет етеді. Ледвард пен Хиратаның айтуынша, технологиялық сауаттылықтан бөлек, сыни ойлау, ұжымдастық, проблемаларды шеше алу, коммуникациядағы біліктілікті де қамтиды. Бұл дағдылар адамға ақпаратты меңгеруге және талдау жасап, оны жеткізе білуге, әртүрлілікпен ұжымдасуға және шиеленген мәселені шешуге, әртүрлі жаңа инновациялық технологияларды қолдана отырып жаңа білім алуға және беруге мүмкіндік береді [2, б. 10].

Partnership for 21st-century learning 2001 жылы Вашингтонда негізі қаланған ұлттық ұжым және бұл ұжымның мақсаты ХХІ ғасырдағы үйренушілердің заман талабына сай өмірлеріне қажетті білім алуына, оқушылар, ата-аналар, білімберушілер мен үкіметпен бірлесе жұмыс атқару арқылы қадағалау. Бұл ұжым үйренушілерге жаңа заманға керекті негізгі 18 дағдыны анықтаған еді, уақыт өте келе бұл тым көп деп есептелініп, негізгі 4 дағды: сыни ойлау, шығармашылық ойлау, коммуникация және коллаборация қалдырылды. Және ағылшын тілінде бұл дағдылар “С” әріпінен басталатындықтан “4С” дағдысы, яғни “4К” болып аталды [3, б. 231].

Бірнеше зерттеушілердің ХХІ ғасыр дағдыларының эффективтілігін дәлелдеу мақсатында жасалған тәжірибелер туралы жазылған еңбектер де бар. Солардың бірі ағылшын тілін оқудалістенинг және speaking қабілеттеріндегі эффективтілігін сынау бағытында болды. Тәжірибе жоғарғы сынып оқушыларына жасалған. Және барлығы 55 қатысушыдан тұратын бақылау және эксперименттік сыныптарға бөлінген. Нәтижесінде, “4К” дағдысының оқу үдерісіне оң әсері тигені туралы айтылған [4 б. 35].

Зерттеу нәтижелері. “4К” құзыреттілігін химия сабағын оқытуда дамыту мақсатында 2024 жылы зерттеу жүргізілді. Зерттеуге жалпы 48 оқушыдан тұратын жоғарғы сынып оқушылары қатысты. Оқушыларды бақылау және

эксперименттік сыныпқа бөліп, диагностикалық сауалнама алғаннан кейін, оқу үдерісіне “4К” дағдыларын шыңдауға арналған сингапурлық “Tic-tac-toe”, “Corners”, “Table Round”, “Quiz-quiz-trade” атты әдістермен жалпы 2 сабақты қамтыған тапсырмалар орындатылды. Соңында, қайтадан “4К” құзыреттіліктерінің деңгейін анықтауға арналған сауалнама алынды. Қорытындылай келе, бақылау сыныбындағы оқушылар 1,4% прогресс жасаса, эксперименттік сынып 8,4% прогресс жасады.

Әдебиеттер тізімі:

1. Алисмайл Х.А ХХІ ғасыр стандарттары мен оқу бағдарламасы: Ағымдағы зерттеулер және тәжірибе: Білім және тәжірибе журналы, №23., 2015.–150-154 б.
2. Амалия С.Р Оқушылардың ХХІ ғасыр дағдыларын жүзеге асыруға деген көзқарасы: Шет тілін оқытудағы американдық кеңес, №13., 2011.– 10-12 б.
3. Бедир Х. Мұғалімдердің ХХІ ғасырдағы оқуға деген сенімдері мен түсініктері және инновациялық дағдылар (4С). Тіл және лингвистикалық зерттеулер журналы, №15., 2019.–231 -246 б.
4. Хамид А., Фатем А және Мансур Х. ХХІ ғасыр дағдыларын оқытуға кіріктіру. Ағылшын тілі: Оның тыңдау және сөйлеу дағдыларына әсерін зерттеу. Ағылшын тілін оқытудағы I- Manager журналы, №7., 2017.–35 б.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

**НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ.
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**

*Электронный сборник статей по материалам CLXXXIV студенческой
международной научно-практической конференции*

№ 5 (183)
Март 2024 г.

В авторской редакции

Издательство ООО «СибАК»
630049, г. Новосибирск, Красный проспект, 165, офис 5.
E-mail: mail@sibac.info

16 +



СибАК
www.sibac.info

