



ВСЕРОССИЙСКАЯ ЕЖЕГОДНАЯ ДЕКАБРЬСКАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ СТУДЕНЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

(г. Москва, 08 декабря 2023г.)

Сборник трудов конференции

II том

РосНОУ
Москва
2024

УДК 005/ 33/ 34

ББК 65/ 67

Всероссийская ежегодная декабрьская научно-практическая студенческая конференция (г. Москва, 08 декабря 2023 г.) — М.: АНО ВО «Российский новый университет», 2024. Режим доступа: — Загл. с экрана.

ISBN 978-5-89789-218-1

В декабре 2023 года в целях развития научного творчества и исследовательской деятельности студентов, поддержки и поощрения наиболее одаренных из них, ориентированных на самостоятельную научно-исследовательскую и научно-популярную деятельность прошли заседания Стратегических панелей организованных на базе АНО ВО «Российский новый университет» в рамках Всероссийской ежегодной декабрьской научно-практической студенческой конференции

В рамках 8 стратегических панелей приняло участие более 300 участников, среди которых научно-педагогические работники, практики, аспиранты, студенты бакалавриата и магистратуры, из более чем 20 вузов и профильных организаций

Рецензенты: Морозов М.А., д.э.н., профессор АНО ВО «Российский новый университет», Войт М.Н., к.э.н., доцент, зав. каф. туризма и гостиничного дела АНО ВО «Российский новый университет», Новикова М.М., к.социол. наук, доцент, доцент кафедры менеджмента АНО ВО «Российский новый университет», Гершанова А.Ф., к. филол.н., доцент каф. русского языка и издательского дела, Чилингир Е.Ю., канд. культурологии, доцент, зав. каф. рекламы и связей с общественностью

Под общей редакцией:

Сливин Т.С. — доктор педагогических наук, профессор, проректор по научно-методической работе АНО ВО «Российский новый университет»;

Морозова Н.С. — доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры туризма и гостиничного дела АНО ВО «Российский новый университет»

©АНО ВО «Российский новый университет»

©Коллектив авторов

ОГЛАВЛЕНИЕ

ИНФОРМАТИКА И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ 6

1. Бондаренко Ю.Н., Трендовые цифровые технологии социально-экономической системы EdTech 6
2. Бабенко Е.Д., Роль инвестиций в ИКТ в развитии цифровой экономики 10

МЕНЕДЖМЕНТ 15

3. Артёмов А.В., Управление устойчивым развитием организации в условиях цифровой трансформации 15
4. Кашкуров Н.Т., Цифровая трансформация в управлении жилищно-коммунальным хозяйством крупных городов: разработка и реализация региональной модели 19
5. Кочетов Д.И., Искусственный интеллект в прогнозировании потребительского поведения: новые горизонты для маркетинговых стратегий 26
6. Кузьминых А.С., Типы международных компаний и стратегии управления персоналом 34
7. Межевых Л.С., Классификация этических факторов, влияющих на принятие управленческих решений в организациях крупного бизнеса 38
8. Михайлусов Е.А., Роль интернета и искусственного интеллекта в развитии индустрии туризма 45
9. Молчанов С.С., Маркетинговые технологии управления нематериальными активами 51
10. Щуров Е.С., Анализ влияния правового аспекта на выбор стратегии управления рисками инвестиционно-строительных проектов 55
11. Янь Фэй, Международная логистика: проблемы, возможности, решения 60
12. Полковникова О.А., Морозова Н.С., Организация как функция управления: отечественный и зарубежный опыт 64

ОБЩЕУНИВЕРСИТЕТСКАЯ СЕКЦИЯ 72

13. Пещеров Г.И., Экология в современном мире: проблемы и противоречия 72
14. Пикулин Ю.Г., Лидирующие по смертности заболевания и загрязнение биосферы 78
15. Пащенко В.П., Смолина С.Г., Мониторинг транспортных средств и экология 85
16. Сергеев А.В., О цифровой трансформации отрасли экологии и природопользования Российской Федерации 100
17. Токарев А.О., Применение балльно-рейтинговых систем в образовательных организациях 108
18. Грязнева К.Г., Куприянова А.А., Устройства диагностики человеческого организма в эпоху цифровизации 115
19. Иванова А.И., Анализ эффективности принципов и методов расчета экологического ущерба в Российской Федерации 123

20.	Кунин А.А., Расулов Д.Л., Перспективы экологии как компонента концепции устойчивого развития	129
РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ		137
21.	Лупильцева Т.А., Способы продвижения бьюти-блогов: современное состояние и перспектива	137
22.	Мустафаев И.А., Чёрный PR как инструмент продвижения персонального имиджа	145
23.	Агаева Д.Р., Влияние массовой культуры на рекламу	150
24.	Винарский И.А., Влияние публичных отношений на имидж компании	156
РУССКИЙ ЯЗЫК И ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО		161
25.	Стариков Д.И., Скандинавский образ жизни: по данным современных лексических заимствований в русском языке	161
26.	Ефремова Е.Д., Специфические черты жанра автофикшн в стихотворениях Дианы Никифоровой	166
27.	Максимова В.К., Речевой портрет политического деятеля (на примере речи С.В. Лаврова)	171
28.	Мельникова Ю.Ю., Автоанализ эмотивных смыслов (на примере стихотворения Ю. Мельниковой «Декабрь»)	176
29.	Овчинников А.П., Лексико-грамматическая репрезентация слова «документ» в Национальном корпусе русского языка	181
30.	Разумовская А.Р. Образ Благодетеля и идеология «насильственного счастья» в романе Замятина «Мы»	186
31.	Сарымсакова Э.Э., Философия жизни и смерти в советской научной фантастике (на примере романа А.Р. Беляева «Голова профессора Доуэля»)	192
ТУРИЗМ И ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО		197
32.	Львова Е.М., Развитие привлекательных видов туризма как инструмент импортозамещения	197
33.	Прохорова Т.А., Применение методов анализа и синтеза для исследования стратегической деятельности турфирмы в современных условиях	201
34.	Федулова Л.А., Устойчивое развитие как ключевой тренд туризма	207
35.	Коршунов Н.Е., Формирование бренда туристской дестинации на примере Ферганской области	211
36.	Хафизова А.Ю., Международный опыт и специфика проектирования гастрономических туров	216
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ		221
37.	Андреев Р.С., Анализ российского рынка спортивных услуг	221

38. Белов Е.А., Регрессионный анализ в рамках сравнительного подхода к оценке активов предприятий строительной отрасли 225
39. Кроер Е.В., Успехи и проблемы малого предпринимательства в сфере образования 233
40. Латаев Д.О., Методы оценки заемщиков в российской банковской системе 243
41. Осташевский В.Д., Меры, применяемые государством в нынешний период сезонных болезней, и анализ ценообразования медицинских товаров 247
42. Панарин А.В., Анализ денежных потоков как инструмент финансового управления организацией 251
43. Пидимов А.А., Развитие казначейской системы на современном этапе 254
44. Селютин Л.А., Прямые иностранные инвестиции в России в условиях санкций 258
45. Шатунов А.А., Применение эффективных методов финансирования спорта в регионах РФ (на примере зарубежной практики) 264

ПРАВО В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ МНОГОПОЛЯРНОГО МИРА: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ 270

46. Кузьменко Ю.А., Налоговые преференции и налоговые льготы: соотношение понятий 270
47. Григорьев А.А., Корнилов А.Р., Политика государства в отношении гражданского общества: опыт и перспективы в России 274
48. Ткачёв А.В., К вопросу о необходимости внесения уточнений в перечень субъектов права на реабилитацию 278

Трендовые цифровые технологии социально-экономической системы EdTech

Аннотация: Содержание этой научной статьи посвящено актуальной современной проблеме – проблеме развития современных цифровых технологий на рынке EdTech. Современный рынок онлайн образования и IT технологий ежегодно набирает всё большую популярность, ведь такой вид образования стал достаточно приоритетным среди населения, которое придерживается жизненной политики long life learning (непрерывное образование). Так или иначе, данная сфера стремительно развивается и совершенствуется, и уже на сегодняшний день те технологии, которые казались нам еще год назад немыслимыми – сегодня являются уже обыденной встроенной функцией практически любого из видов онлайн образования. В данной статье рассматриваются совершенно новые подходы к технологической составляющей рынка дистанционных образовательных услуг, в большей степени – рассматривается анализ внедрения AI (искусственного интеллекта) в различные образовательные платформы: плюсы и минусы данного решения, точки роста данного функционала, исследования целесообразности применения такой возможности и предполагаемые результаты внедрения новшества в образовательную сферу он-лайн услуг.

Ключевые слова: цифровые технологии; информационные технологии; искусственный интеллект; дистанционное образование, исследование рынка; EdTech; экономика

Bondarenko J.N.

Trending digital technologies of the social-economics EdTech system

Annotation: The content of this scientific article is devoted to an urgent modern problem - the problem of the development of modern digital technologies in the EdTech market. The modern market of online education and IT technologies is gaining more and more popularity every year, because this type of education has become quite a priority among the population who adheres to the life policy of long life learning (continuous education). One way or another, this area is rapidly developing and improving, and today those technologies that seemed unthinkable to us just a year ago are today a common built-in function of almost any type of online education. This article

discusses completely new approaches to the technological component of the market for distance educational services, to a greater extent, it examines the analysis of the implementation of AI (artificial intelligence) in various educational platforms. The pros and cons of this solution, growth points for this functionality, research on the feasibility of using such an opportunity and the expected results of introducing innovations into the educational sphere of online services.

Keywords: *digital technologies; information technologies; artificial intelligence; distance education; market research; EdTech, economics*

Новейшие технологии генеративного искусственного интеллекта (сокращенно генеративный ИИ) – это тип искусственного интеллекта, который может создавать необычные актуальные материалы и генерировать идеи, начиная с разговоров, мелодий, картинок и заканчивая сложными схемами, чертежами и даже умозаключениями. Технологии AI стремятся максимально быть близкими к интеллекту живого человека во многих нестандартных и неординарных вычислительных задачах, как распознавание контента и картинок, обработка естественного языка и перевод. Генеративный искусственный интеллект – это совершенно новое веяние в разработке искусственного интеллекта. На сегодняшний день самыми известными инструментами генеративного искусственного интеллекта являются ChatGPT-4 и его предшественник, ChatGPT. Российские аналоги подобных технологий - Bing AI и YandexGPT2 [1].

Возможности роста функционала генеративных сетей стабильно растут и расширяются и уже на сегодняшний день включают в себя различные приложения для создания презентаций, чат-ботов, пересказа статей, генерации изображений. Генеративные сети или генеративный искусственный интеллект — это подтип искусственного интеллекта, имеющий возможность создавать совершенно новый контент и материалы на основе обширных массивов данных, которые сам

же он берет из интернета. Результаты, которые выдает эта сеть по итогу, максимально схожи с человеческим результатом. Такие современные возможности генеративных сетей могут выполнять роль индивидуальных репетиторов, тьюторов, коллег по учебе и исследовательских центров, обеспечивая при этом персонализированную поддержку обучающимся. Полноценно функционал генеративного искусственного интеллекта не сможет заменить педагогов, но тем не менее, будет иметь все возможности взять на себя множество операционных проектов. Со временем, когда системы искусственного интеллекта уже основательно будут внедрены в жизнь каждого обучающегося, желающего учиться при помощи данного функционала, необходимо будет полноценно обучать пользователей эффективному использованию этих функций, принимать во внимание этические последствия и пересматривать методологии оценки с учетом возможностей генеративного искусственного интеллекта. Генеративные сети требуют перехода от оценки запоминания к сложным задачам, размышлениям и замечаниям сгенерированных ответов посредством искусственного интеллекта [2].

Использование в современном образовании систем искусственного интеллекта пока очень нестабильно и

зачастую зависит от множества факторов, но нацеленность участников рынка EdTech, государства и понимание всеми участниками отрасли, а именно, какие возможности открывает генеративный искусственный интеллект, диктует колоссальный потенциал использования этой технологии. Среди преимуществ использования данных технологий — идеологизация образования, индивидуализация обучения с учетом проработки исследований портрета учащегося, оптимизация затрат времени за счет автоматизации проверок домашних заданий и тестирований. В конце 2023 года корпорация Яндекс смогла внедрить YandexGPT в образовательный процесс: теперь нейросеть может оказывать помощь и подсказывать, ловить баги и ошибки в программном коде, выдвигать самостоятельные гипотезы их возникновения. При этом нейросеть не предоставляет пользователю готовых ответов, ее задача — направить в нужном направлении для верного поиска решений. Подобный функционал и возможности повышают мотивацию студентов и дальше обучаться специальности и не тратить много времени на поиск ошибок, так как по ряду исследований многие образовательные холдинги сделали вывод, что именно поиск ошибок зачастую демотивирует обучающихся [3].

Генеративные нейросети изначально придуманы для ведения бесед со своими пользователями, реагирования на команды и создания текста, результат которых с каждым днем становится практически не отличим от результатов, которые создал бы живой человек. Поскольку искусственный интеллект был разработан с использованием больших наборов текстов и данных из Интернета – ChatGPT, как первая генеративная

нейросеть, был обучен с использованием трехсот миллиардов слов. Ввиду того, что эти наборы данных бесконечно велики, генеративные сети учатся предсказывать следующее слово в предложении, воспроизводить различные жанры и стили и легко переключаться с языка на язык. Несмотря на то, что производительность этих инструментов впечатляет, у них все еще есть масса ограничений. OpenAI, компания, производящая ChatGPT, также признает эти ограничения. Одним из них является социальная предвзятость – инструмент воспроизводит, а иногда и усиливает предвзятость, которая присутствует в его обучающем наборе данных. Поскольку этот набор данных состоит из текста, который доступен онлайн, он не нейтрален, а лишь отражает мнения тех, кто создает онлайн-тексты. Другими словами, мнение нескольких известных человек может не являться истиной, но генеративная нейросеть посчитает то или иное высказывание верным и преподнесет его как единственное правильное. Другим ограничением является тенденция этих инструментов “галлюцинировать”, выдавая результаты, которые фактически неверны или не имеют отношения к тому или иному запросу пользователя.

Из будущих возможностей есть еще одна - генеративные нейросети смогут освободить время обучающегося для более качественного погружения в новую профессию. Можно предположить, что в недалёком будущем генеративный искусственный интеллект сможет выступать в роли маленького по размерам материального помощника-напарника, прикрепленный, например, на карман рубашки, с прямым доступом к условно бесконечной базе валидированных данных и знающий все потребности своего владельца. Этот портативный помощник сможет помогать не только

получить образование, но и быстро обучения.
освоить микро-навыки в процессе

Литература:

1. Генеративный искусственный интеллект — URL: <https://www.tadviser.ru/index.php/> (дата обращения 22.01.2024)
2. Мировые тренды образования в Российском контексте 2024 — URL: https://ioe.hse.ru/edu_global_trends/2024/ (дата обращения 22.01.2024)
3. Прогнозы рынка он-лайн образования — URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/13/04/2022/62557dda9a79474faea1badc/ (дата обращения 23.01.2024)
4. Генеративный искусственный интеллект— URL: <https://aws.amazon.com/ru/what-is/generative-ai/> (дата обращения 23.01.2024)

Бондаренко Юлия Николаевна,
Аспирант АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: julibond2013@yandex.ru
ORCID: 0009-0006-3421-1457

Научный руководитель:
Морозова Наталья Степановна,
доктор экономических наук, профессор, АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: sks@rosnou.ru
SPIN: 5293-6600
ORCID:0000-0002-6491-363X

Бабенко Е.Д.

Роль инвестиций в ИКТ в развитии цифровой экономики

Аннотация: Актуальность исследования обусловлена тем, что инвестиции в информационно-коммуникационные технологии продолжают оставаться актуальным фактором развития экономики, общества и обеспечения технологического прогресса в целом, способствуя развитию цифровой инфраструктуры, формированию конкурентоспособной и динамичной экономики. В результате исследования сделан вывод, что каждый этап развития цифровой экономики характеризуется инновациями в используемых технологиях и связан с использованием более совершенных ИКТ, что вызывает потребность постоянного притока инвестиций, наибольшую долю которых занимают инвестиции в ИКТ оборудование.

Ключевые слова: цифровая экономика; ИКТ; инвестиции; развитие; отрасли

Babenko E.D.

Role of ICT investments in the development of the digital economy

Annotation: The relevance of the study is due to the fact that investments in information and communication technologies continue to be an important factor in the development of the economy, society and ensuring technological progress in general, contributing to the development of digital infrastructure, the formation of a competitive and dynamic economy. As a result of the study, it was concluded that each stage of the development of the digital economy is characterized by innovations in the technologies used and is associated with the use of more advanced ICTs, which causes the need for a constant influx of investments, the largest share of which is occupied by investments in ICT equipment.

Keywords: digital economy; ICT; investments; development; industries

Инвестиции в информационно-коммуникационные технологии представляют собой неотъемлемую составляющую формирования цифровой экономики, являясь драйвером создания и развития цифровой инфраструктуры, разработки инновационных технологических решений, что в свою очередь, приносит значительные выгоды в форме улучшения эффективности производства, расширения бизнес-

возможностей и стимулирования экономического развития. ИКТ являются двигателем технологического развития, способствуя появлению новых инновационных решений, включая искусственный интеллект, интернет вещей, облачные технологии и блокчейн и стимулируют развитие отраслей, повышение производительности и конкурентоспособности компаний.

Важность развития цифровой

инфраструктуры и самой цифровой экономики для обеспечения экономического развития обоснована многими авторами [1]., при этом в работах отмечается значительное изменение подходов и инструментов цифровой трансформации в процессе эволюции цифровой экономики [2].

ИКТ.

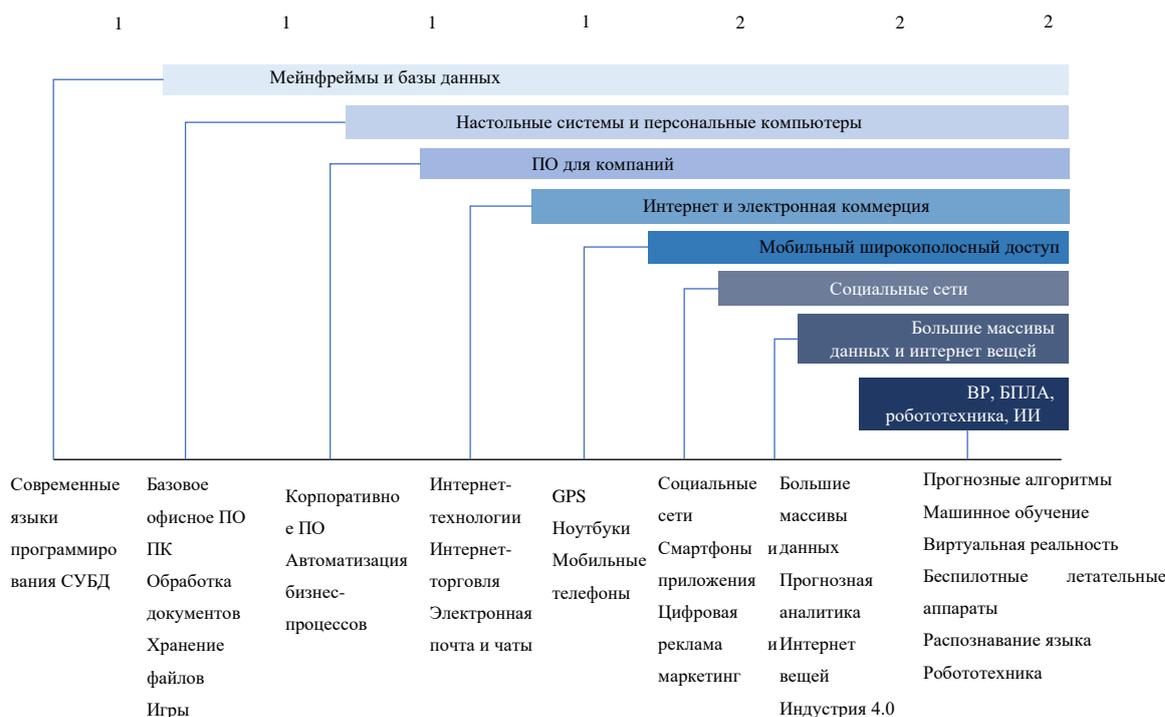


Рисунок – Этапы развития цифровых технологий¹

На основе данных рисунка, можно отметить, что каждый этап развития цифровой экономики характеризуется инновациями в используемых технологиях, начиная от разработки языков программирования в середине 20 века, до искусственного интеллекта и БПЛА в первой половине 21 века. Соответственно ИКТ являются ключевыми факторами, способствующими цифровизации и инновационному развитию во всей экономике.

Стоит отметить также, что в

Исследуя этапы развития цифровой экономики, систематизация которых наиболее детально представлена в отчете КК «Газтехэксперт» (рисунок 1) необходимо выделить, что каждый этап развития цифровой экономики связан с использованием более совершенных

большинстве стран ОЭСР на информационные технологии приходится наибольшая доля расходов бизнеса, составляя около 25% от общих расходов на исследования и разработки и от 0,2% до 0,4% ВВП. В связи с тем, что сектор ИКТ привлекает огромные инвестиции в НИОКР. В различных странах, было проведено множество исследований для определения взаимосвязи между инвестициями в ИКТ и экономическим ростом, систематизация которых показывает, что инвестиции в инфраструктуру ИКТ способствуют

¹ Источник: <http://www.gaztehexpert.ru/wp-content/uploads/2019/02/GazTehEkspert-cifrovizaciya.pdf>

обеспечению инклюзивного роста и снижению информационной асимметрии в различных секторах экономики.

Влияние инвестиций в развитие инфраструктуры цифровой экономики широко обсуждается в научной литературе. Среди авторов, детально исследовавших вопросы инвестиций в ИКТ на современном этапе необходимо отметить Ватлина, Л.В., Кулагина Н.А., Чернову О.А. Ганичева Н.А и других.

Так, в работе Ватлина Л.В. рассматривая цифровизацию, как элемент инновационного развития экономики, отмечает, важность не приобретения новых технологий, а инвестиции именно в разработку технологий и научные исследования. При этом автор выделяет объем инвестиций в НИОКР на ИКТ главным индикатором потенциала цифровизации [1].

Кулагина Н.А., Лысенко А.Н. определяют инвестиции в ИКТ в качестве драйвера процессов цифровизации экономики, обосновывая их роль в снижении цифрового регионального неравенства субъектов РФ на основе эмпирической оценки взаимосвязи цифрового и инвестиционного развития регионов [1].

Черновой О.А. на основе оценки структуры и динамики инвестиций в ИКТ

были определены тенденции развития инвестиционных процессов в цифровизацию по таким направлениям, как инвестиции в цифровую индустрию, инвестиции в цифровизацию отдельных отраслей, инвестиции в цифровое управление, а также выявлены факторы, сдерживающие инвестиций в цифровую экономику [2]. При этом необходимо отметить, что мнения авторов относительно факторов стимулирования инвестиций в инфраструктуру ИКТ расходятся. Так, например Попов С.О. [2]. в качестве таких факторов выделяют государственное вмешательство, и Голянова В.А.[1]. меры налогового стимулирования. Муха Д.В., раскрывая факторы стимулирования инвестиций в ИКТ сформировал стратегическую концепцию реализации инвестиционной политики в условиях цифровой трансформации, выделив в качестве приоритетного фактора приток иностранных инвестиций [1].

Исследование структуры инвестиций в развитие цифровой экономики в РФ на основе данных росстат (рисунок 2) показывает, что преобладающую долю занимают инвестиции в ИКТ оборудование (65%) и программное обеспечение (33%).



Рисунок 2 – Направление инвестиций в развитие цифровой экономики, 2022 год²

² Источник: составлено авторами по данным <https://fedstat.ru/indicator/59083>

Данные рисунка 3 показывают, что начиная с 2017 года инвестиции в ИКТ оборудование до 2020 года росли значительными темпами. Так, в 2018 году рост составил 23,7%, в 2019 году –

40,53%, в 2020 году рост составил 8,02%. Начиная с 2021 года отмечается тенденция снижения инвестиций в ИКТ оборудование.

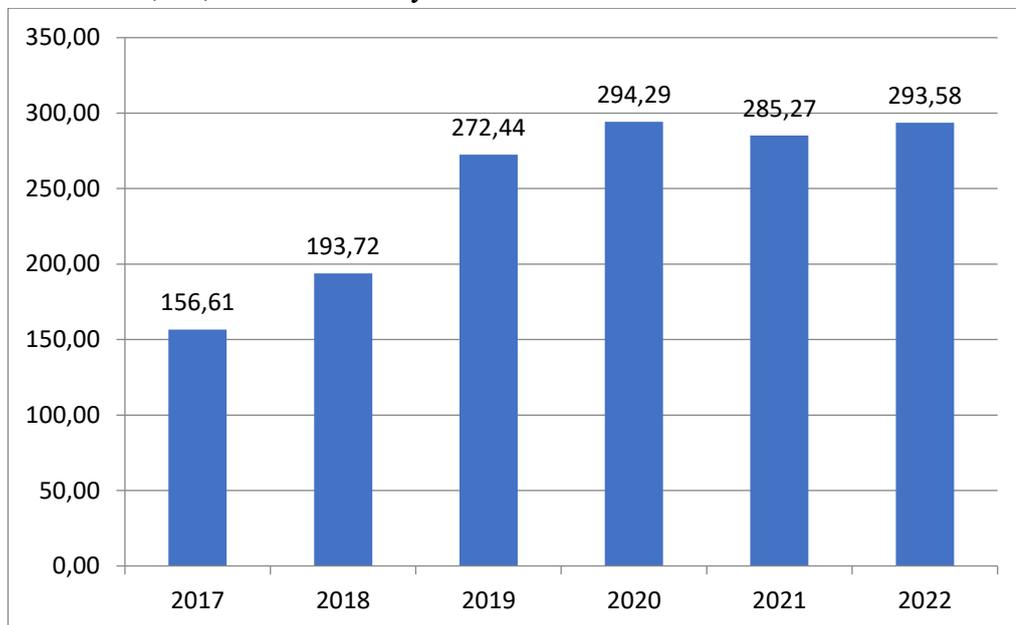


Рисунок 3 – Инвестиции в ИКТ оборудование³

Снижение темпов роста инвестиций в ИКТ, отмеченное в 2021 и 2022 году на стадии развития цифровой экономики является не благоприятной тенденцией, поскольку существует необходимость в постоянном развитии и обновлении ИКТ и требует принятия и реализации комплекса мер, направленных на привлечение инвестиции в развитие цифровой инфраструктуры.

Таким образом, на современном этапе ИКТ играют фундаментальную роль в формировании и развитии цифровой экономики, представляя собой не только средства обмена информацией, но и драйвером инноваций,

способствующих изменению бизнес-моделей, преобразованию производственных процессов и трансформации общества в целом.

Инвестиции в ИКТ являются катализатором совершенствования цифровой инфраструктуры, что является необходимым условием для развития современных бизнес-процессов, повышения конкурентоспособности компаний, однако при этом необходимо отметить, существующую потребность в постоянном развитии и обновлении ИКТ, требующих долгосрочных инвестиций, как со стороны частного сектора, так и со стороны государства.

Литература:

1. Ганичев Н.А., Кошовец О.Б. Как посчитать цифровую экономику: между реальностью и конструкцией // ЭКО. 2020. №2 (548). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kak-poschitat-tsifrovuyu-ekonomiku-mezhdu-realnostyu-i-konstruktsiey> (дата обращения: 07.12.2023).

³ Источник: составлено авторами по данным <https://fedstat.ru/indicator/59083>

2. Аверьянова, Д. А. Этапы развития цифровой экономики / Д. А. Аверьянова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – № 3-1. – С. 10-13. – DOI 10.24411/2411-0450-2019-10389. – EDN ZSEXZB.
3. Меланьина, М. В. Развитие цифровой экономики в современном мире / М. В. Меланьина, А. Ю. Вереникина // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 7(108). – С. 191-194. – EDN TMAWWQ.
4. Ватлина, Л. В. Цифровизация и инновационное развитие экономики / Л. В. Ватлина, В. А. Плотников // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2023. – № 1(139). – С. 106-113. – EDN OSBQSI.
5. Инвестиционные аспекты оценки цифрового развития локальных территориальных систем / Н. А. Кулагина, А. Н. Лысенко, С. И. Головкина, Н. А. Логачева // Вестник Академии знаний. – 2022. – № 50(3). – С. 186-191. – EDN PIYWRA.
6. Чернова О.А. Влияние коронакризиса на инвестиции в цифровую экономику // Вестник Академии знаний. 2021. №4 (45). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-koronakrizisa-na-investitsii-v-tsifrovuyu-ekonomiku> (дата обращения: 07.12.2023).
7. Попов С.О. Роль государства в развитии инвестиций в цифровой экономике РОССИИ // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. 2021. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-gosudarstva-v-razvitii-investitsiy-v-tsifrovoyu-ekonomike-rossii> (дата обращения: 07.12.2023).
8. Голянова В.П. Налоговое стимулирование инвестиций в цифровую экономику // Имущественные отношения в РФ. 2022. №9 (252). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nalogovoe-stimulirovanie-investitsiy-v-tsifrovuyu-ekonomiku> (дата обращения: 07.12.2023).
9. Муха Д. В. Роль инвестиционной политики в формировании и развитии цифровой экономики // Вестник института экономики НАН Беларуси. – 2021. – С. 83-96.

Бабенко Елизавета Дмитриевна,
Бакалавр АНО ВО Российский новый университет
E-mail: 17babenkoliza@gmail.com

Научный руководитель:

Тинькова Елена Владимировна,

к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента АНО ВО Российский новый университет

E-mail: ser-tinkov@yandex.ru

SPIN: 4909-3930

ORCID: 0000-0002-6710-7553

МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 330.341.1

Артёмов А.В.

Управление устойчивым развитием организации в условиях цифровой трансформации

Аннотация: Суть темы, затрагиваемой в статье, состоит из двух основных аспектов: управление и развитие. Управление подразумевает координирование большого количества задач. Автоматизирование управленческих задач позволяет повысить эффективность сотрудников путём концентрации внимания на вопросах, не связанных рутинной и работой, которую можно выполнить по алгоритму. Не требующую творческих и высоких интеллектуальных компетенций. Это один из путей развития. Позволяющий или уменьшить количество сотрудников и как следствие издержки. Но не за счёт понижения квалификации наёмных специалистов. Без креативного звена управленцев невозможно развитие иного уровня. Развитие более высокого уровня, нежели банальная экономия фонда оплаты труда это, предложить потребителю продукт, отличающийся от конкурентов. При этом добиться того, чтоб этот продукт был востребован рынком и имел положительный финансовый результат. Если не в краткосрочной перспективе, то в принципе. Для этого необходимо выработать методики эффективности продукта с точки зрения расширения доли, занимаемой на рынке, или определить направления диверсификации бизнеса в параллельные ниши рынка основной деятельности или развивать изначально не профильные направления.

Ключевые слова: автоматизация; диверсификация бизнеса; расширение продуктовой линейки

Artemov A.V.

Managing the sustainable development of an organization of digital transformation.

Annotation: The essence of the topic addressed in the article consists of two main aspects: management and development. Management involves coordinating a large number of tasks. Automation of management tasks allows you to increase the efficiency of employees by focusing attention on issues that are not related to routine and work that can be performed according to an algorithm. Does not require creative and high intellectual competencies. This is one of the ways of development. Allowing or reducing the number of employees and, as a consequence, costs. But

not at the expense of lowering the qualifications of hired specialists. Without a creative level of managers, development at a different level is impossible. Development of a higher level than the banal savings of the wage fund is to offer the consumer a product that differs from competitors. At the same time, ensure that this product is in demand by the market and has a positive financial result. If not in the short term, then in principle. To do this, it is necessary to develop methods for the effectiveness of the product in terms of expanding its market share, or to determine directions for business diversification into parallel market niches of the main activity, or to develop initially non-core areas.

Keywords: automation; business diversification; product line expansion

Цифровая трансформация, цифровизация, как в сфере бизнеса, так и в социальной сфере начала стремительно развиваться более 10 лет назад. Толчок к этому был дан в нашей стране Д. А. Медведевым.

В банковском секторе, сфере услуг, и сфере взаимодействия населения с государственными органами это получило большое распространение достаточно быстро [4]. Но во многих сферах цифровая трансформация внедрения не получила. Одна из таких сфер - строительство.

Причины отставания строительной отрасли в вопросе внедрения цифровых технологий в процесс управления предприятием были и во многом остаются следующие:

Традиция. Привычка к устоявшемуся укладу. Это характерно для давно существующих, ориентированных внутрь себя отраслей, существующих уже десятилетия или столетия.

Сотрудники возраста 50+ лет. Многие, но далеко не все инженеры с устоявшимся годами стилем работы сложно трансформируются к новациям, особенно это касается регионов.

Требования надзорных органов. Если есть требуемая процедура, то её надо придерживаться, даже если она не эффективна. Эффективность предприятия и его бизнес-процессов не является

важным аспектом в деятельности надзорных и контролирующих органов.

В московском регионе система взаимодействия с надзорными органами в сфере строительства реализуется в электронном виде. Основные документы, в том числе исходно-разрешительные, оформляются электронно. В органы экспертизы, в том числе и государственной, строительного надзора, комитета по архитектуре, ресурсоснабжающие организации подаются и получаются в электронном виде. После введения данных мер правительством региона вся отрасль вынуждена была выйти на заданный уровень цифровизации. Это позволило сократить сроки подачи документов, сэкономить время сотрудников на перемещения, эффективнее контролировать сроки подачи документов, причины отказов в их приёмке. Вышеуказанные нововведения позволяют не только сократить сроки от получения земельного участка до начала строительства, но и сократить затраты на административно-управленческий аппарат. По экспертным оценкам, экономия составила не менее 30%.

Следующим толчком стала эпидемия COVID-19. Менеджмент был вынужден наладить эффективную работу административно-управленческого аппарата и специалистов удалённо, что

позволило не останавливать работу на над девелоперскими проектами, сохранить коллективы, повысить лояльность коллектива к работодателю. После завершения пандемии привычки дистанционной работы остались. Налаженная удаленная работа позволила проводить большинство совещаний онлайн, работать из дома, когда нет необходимости в личном присутствии на рабочем месте. Это сокращает затраты на содержание офисов, удобно для сотрудников, позволяет оперативнее решать текущие управленческие задачи. Доля сотрудников, работающих удалённо, составляет не менее 25%.

За последние 3 года доля договоров, заключенных с подрядчиками через различные сервисы электронного документооборота, выросла до 50%, что позволяет быстрее заключать договоры, оперативнее проводить оплаты, быстрее выполнять строительно-монтажные работы. Нарастивание темпов освоения денежных средств и выполнения подрядных работ позволяет уменьшать постоянные накладные затраты, эффективнее вести оборот денежных средств. Например, все девелоперские проекты, начатые АО «ГК «СОНОВА» после 2019 года, были введены в эксплуатацию в срок и ранее срока.

Трансформация бизнес-процессов в сторону упрощения и цифровизации продолжается и расширяется на этом предприятии. Сейчас процессы утверждения рабочей документации для строительства полностью переведены в электронный вид, хотя ещё два года назад всё делалось на бумаге. Это позволило помимо удобства практически исключить наличие неактуальных чертежей у подрядных организаций. К сожалению, никто никогда не собирал статистику о том, сколько стоит устранение подобных ошибок и связанных с ними переделок.

Эффективность управления процессом строительства выросла. Был введён электронный документооборот в области контроля качества и содержания строительной площадки [1].

Тут наша компания выступила в роли движущей силы по внедрению цифровых технологий у наших подрядчиков. Хотите работать с нами - подстраивайтесь под наши стандарты управления. Команда специалистов, задействованных во внедрении цифровизации, обеспечила относительно бесперебойную постановку процесса на новые рельсы. Сроки строительства не пострадали ни на одном объекте.

Пандемия породила запрос на бесконтактный доступ в здание. Лицо жильца распознаёт камера, далее автоматически открываются двери в подъезд, а лифт уже “знает”, что надо ехать вниз и на какой этаж двигаться потом. Запрос покупателя заставил активно развивать системы умного дома на всех объектах. Тут важно упомянуть ценовую нишу продаваемого жилья. Системы умного дома неактуальны для жилья эконом класса. Чем дороже квадратный метр, тем больше появляется запрос покупателя удивиться, а не просто купить квартиру. Комфорт и удобство важны для всех и к нему быстро привыкают. На всех объектах, АО «ГК «СОНОВА» после 2019г. предусмотрена возможность обеспечить доступ по биометрии, получить видеодомофон у себя в смартфоне, вызвать специалистов управляющей компании, посмотреть показания приборов учёта. Всё это предоставляется в качестве платной дополнительной опции, которую приобретает 90% жильцов уже после заселения [2]. Сложно количественно оценить сколько людей стали нашими покупателями именно благодаря возможности реализации системы умного

дома в наших жилых комплексах, но введенный в эксплуатацию в 2023г. комплекс распродан на 95% при том, что на рынке недвижимости московского региона скопились миллионы квадратных метров нереализованного жилья, готового к заселению. Следовательно, можно сделать вывод, что применение цифровых технологий стало конкурентным преимуществом [3].

В результате внедрения цифровых технологий в управленческий процесс и предоставление клиентам цифровых опций позволило АО «ГК «ОСНОВА» второй год подряд удваивать оборот, и, как следствие, подняться из первой сотни в первую десятку застройщиков в

московском регионе.

Как видно на примере АО «ГК «ОСНОВА», внедрение цифровых технологий в управление организацией в строительной отрасли и в расширение спектра предлагаемых потребителю опций позволяет решать задачи по масштабированию бизнеса.

Основными составляющими успешного развития бизнеса является сплочённый коллектив профессионалов, компетенции высшего управленческого звена, способного не только осознать необходимость развития, но и задать верный вектор [2]. Цифровая трансформация позволила дать каждой из этих составляющих толчок в развитии.

Литература:

1. Айгумов Т. Г., Мелехин В. Б. Моделирование принятия решения в управлении строительной организацией // Вестник Дагестанского государственного технического университета. Технические науки. 2019.- Том 46, №4. - С.65- 73.
2. Мелехин В. Б., Ахмедов Р. Ш. Развитие методических основ ситуационного планирования конкурентоспособностью строительных фирм// Транспортное дело России. - 2006.- №12-1. С.9- 12.
3. Оздеаджиев М. М. Формирование стратегии развития и повышения конкурентоспособности в строительной фирме// Транспортное дело России. – 2011. - №5, С.66-67.
4. Развитие предпринимательства: инновации, технологии, инвестиции. Монография (2-е издание). М., Дашков и К, 2021 - 352 с.

Артёмов Антон Валентинович,
Аспирант АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: anton-av2013@bk.ru
ORCID: 0009-0008-3708-112X

Научный руководитель:
Морозов Михаил Анатольевич,
д.э.н., профессор АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: mmorozov@bk.ru
SPIN-код:7557-1585
ORCID:0000-0002-6693-9884

Кашкуров Н.Т.

Цифровая трансформация в управлении жилищно-коммунальным хозяйством крупных городов: разработка и реализация региональной модели

Аннотация: Статья рассматривает роль цифровой трансформации в инновационном управлении системой жилищно-коммунального хозяйства в крупных городах. Фокус направлен на разработку и внедрение региональной модели, активно интегрирующей цифровые технологии. Исследование охватывает текущее состояние цифровизации в России, приводит примеры успешных проектов, таких как "ГИС ЖКХ" и "Умное ЖКХ", а также предлагает концептуальные подходы к инновационному управлению. Кроме того, в статье подчеркиваются потенциальные преимущества цифровой трансформации в жилищно-коммунальном хозяйстве, включая повышение эффективности, оптимизацию ресурсов и улучшение качества жизни жителей.

Ключевые слова: Цифровая трансформация; жилищно-коммунальное хозяйство; инновации; управление городской инфраструктурой; региональная модель; цифровые технологии; ГИС ЖК

Kashkurov N.T.

Digital transformation in housing and communal services management of large cities: development and implementation of a regional model

Annotation: The article explores the role of digital transformation in innovative management of housing and communal services in large cities. The focus is on the development and implementation of a regional model actively integrating digital technologies. The research covers the current state of digitization in Russia, provides examples of successful projects such as "GIS Housing and Utilities" and "Smart Housing and Utilities," and suggests conceptual approaches to innovative management. Additionally, the article emphasizes the potential benefits of digital transformation in housing and communal services, including enhanced efficiency, resource optimization, and improved quality of life for residents.

Keywords: Digital transformation; housing and communal services; innovation; urban infrastructure management; regional model; digital technologies; GIS Housing and Utilities

необходимостью эффективного управления жилищно-коммунальным хозяйством в условиях быстрого технологического прогресса. Цифровая трансформация вырисовывается как ключевой драйвер инновационного развития в данной области, предоставляя уникальные возможности для повышения эффективности, оптимизации ресурсов и улучшения качества услуг. В рамках этого контекста наступает необходимость разработки и реализации региональной модели управления системой жилищно-коммунального хозяйства, активно интегрирующей цифровые технологии. Настоящая статья направлена на академическое исследование и анализ, направленные на выявление потенциала цифровой трансформации в контексте инновационного управления жилищно-коммунальным комплексом крупных городов. Путем разработки концептуальных основ и региональных стратегий мы стремимся оценить влияние цифровых технологий на современные экономические модели и предложить инновационные подходы к оптимизации управленческих процессов.

Эта статья предлагает академическое обоснование важности цифровой трансформации в контексте системы жилищно-коммунального хозяйства, предоставляя практические рекомендации и модели, способствующие инновационному развитию в данной сфере.

Для начала стоит рассмотреть текущее положение цифровизации ЖКХ в России. Одним из удачных примеров цифровой трансформации ЖКХ является система «ГИС ЖКХ». Государственная информационная система жилищно-коммунального хозяйства (ГИС ЖКХ) представляет собой единую федеральную централизованную информационную платформу, предназначенную для

хранения, размещения и использования данных, связанных с сектором жилищно-коммунального хозяйства. Официальный веб-сайт ГИС ЖКХ содержит разнообразную информацию, охватывающую широкий спектр аспектов жилищно-коммунальной сферы, включая законодательные акты, реестры, рейтинги и аналитические материалы. На этом ресурсе также предоставляется возможность регистрации и раскрытия информации. Основная цель создания ГИС ЖКХ заключается в повышении прозрачности жилищно-коммунального хозяйства. Система объединяет различных участников рынка коммунальных услуг, включая управляющие и ресурсоснабжающие организации, федеральные органы и местные администрации, а также собственников помещений в многоквартирных домах.

ГИС ЖКХ выполняет ряд ключевых функций в области жилищно-коммунального хозяйства, включая:

Система проводит сбор, сохранение и анализ данных, относящихся к жилищно-коммунальному хозяйству.

ГИС ЖКХ обеспечивает возможность доступа к информации, размещенной в ее базе, предоставляя ее в электронном формате.

Создание удобного социально-ориентированного контента для граждан предоставляет доступ ко всей необходимой информации в сфере жилищно-коммунального хозяйства.

Мониторинг финансовых расчетов и состояния объектов учета осуществляется ГИС ЖКХ для отслеживания текущего положения в сфере ЖКХ и учета объектов жилищного фонда. Формирование реестров и классификаторов: система формирует единые справочники, реестры и

классификаторы, упорядочивая информацию в системе.

Контроль деятельности управляющих организаций: ГИС ЖКХ осуществляет мониторинг и контроль за деятельностью управляющих организаций в жилищно-коммунальном комплексе.

Анализ статистической отчетности: система собирает и анализирует статистическую отчетность, предоставляя аналитическую базу для принятия решений.

Электронная оплата коммунальных услуг: ГИС ЖКХ предоставляет возможность электронной оплаты жилищно-коммунальных услуг.

Взаимодействие с ведомственными информационными системами: система обеспечивает эффективное взаимодействие с информационными системами других ведомств, а также участников рынка ЖКУ.

Обеспечение возможности гражданского участия: ГИС ЖКХ предоставляет гражданам возможность направлять обращения и получать реакцию от контролирующих органов по вопросам управления домом [1; с. 5].

Эти функции содействуют цифровой трансформации в управлении системой жилищно-коммунального хозяйства, повышая прозрачность, эффективность и взаимодействие в данной области.

Еще к одному проекту, который интегрирует цифровые технологии в систему ЖКХ является «Умное ЖКХ». "Умное ЖКХ" представляет собой концепцию цифровой трансформации в жилищно-коммунальном хозяйстве – в рамках Проекта «Умный город» реализуемого Минстроем России с 2018 года в рамках национального проекта «Жилье и городская среда» и

национальной программы «Цифровая экономика» [3; с. 2], направленную на внедрение современных технологий с целью улучшения управления жилым фондом, повышения качества обслуживания жителей и оптимизации работы управляющих компаний. Эта концепция включает в себя широкий спектр инноваций и автоматизированных решений, охватывающих различные аспекты управления жилищем и коммунальными службами.

Цифровизация в рамках "Умного ЖКХ" предполагает внедрение прикладных технологий для автоматизации различных процессов в ЖКХ:

- прогнозирования и моделирования;
- учета потребления ресурсов; начислений и приема платежей; документооборота;
- распределения ресурсов на капремонт;
- предоставления дополнительных услуг;

Формирование цифровой инфраструктуры помогает оперативному выявлению аварий, предупреждению непредвиденных ситуаций, а также своевременному планированию ремонтных мероприятий. Этот этап понятным и логичным этапом в развитии цифровизации общественной жизни. Имплементация цифровых технологий в систему способствует созданию единого информационного пространства, объединяющего жителей, управляющие компании, города и людей. Также следует выделить четыре конкретных этапа, соответствующих концепции "Умное ЖКХ", с целью достижения поставленных проектом задач:

Автоматизация и индивидуализация взаимодействия УК и жителей:

Сохранение и привлечение новых объектов под управление представляет собой ключевую стратегическую задачу управляющих компаний. Эффективность данного процесса существенно зависит от цифровых инноваций, внедрение которых обеспечивает максимальную оперативность в обработке заявок, учете ресурсов и индивидуализации обслуживания.

Автоматизация внутренних процессов УК:

Процесс цифровой реорганизации управляющих компаний, выраженный в рамках федеральной программы цифровизации, направлен на абсолютное устранение использования документов на бумажном носителе. Предложенный проект постановления правительства, устанавливающий новые стандарты в области управления многоквартирными домами, стремится к полному переходу к электронным форматам, включая процессы начислений, обработки заявок, поддержания реестров, а также осуществления онлайн-голосований.

Управление инженерными сетями:

Цель цифровизации ЖКХ заключается в активном внедрении инновационных технологий, которые значительно помогут в управлении городской инфраструктурой. В соответствии с Федеральным законом № 522-ФЗ предусматривается внедрение так называемых "умных" приборов учета в домах, а также дистанционного обмена данными, полученных со счетчиков. Это содействует своевременному обслуживанию инженерных сетей [2; с. 1-5].

Автоматизация взаимодействия с государством:

Цифровая трансформация ЖКХ способна объединить все этапы взаимодействия между участниками: отчетность, финансы, жалобы – все

элементы смогут передаваться в рамках единого информационного поля. Здесь система ГИС ЖКХ является «балластом», дополнительной нагрузкой для управляющих компаний, что только требует дополнительных ресурсов и усилий [5; с. 1].

Стоит также рассмотреть наиболее успешные примеры цифровизации в сфере ЖКХ. Лидером, очевидно, является столица. Москва подтверждает свой статус лидера в области цифровизации жилищно-коммунального комплекса. Так, недавно Мэр Сергей Собянин заявил, что цифровизация ЖКХ – это приоритет развития города, он также подчеркнул важность обеспечения качественных услуг. В рамках этой стратегии в Москве уже доступны такие сервисы, как "Активный гражданин" и "Электронный дом", которые заметно упрощают управление в многоквартирных столичных домах [7; с. 1].

Стоит также отметить, что Москва утверждается в роли многолетнего лидера рейтинга цифровизации городского хозяйства "IQ городов" в России. Город получает 103,25 балла из 120 возможных по состоянию на 2021 год, «обгоняя» другие города и являясь единственным в рейтинге городом, который сумел набрать более 100 очков. Эксперты особенно отметили энергоэффективность систем освещения и взаимодействие горожан с городом через разнообразные цифровые платформы. Особый вклад в улучшение показателей сделан в таких направлениях, как "Инновации для городской среды" и "Городское управление"[4; с. 1-2].

Проанализировав действующее положение ЖКХ в России, предложены концептуальные технологии для имплементации их в систему ЖКХ с целью усиления цифровизации и автоматизации.

Интеллектуальная платформа управления жилищно-коммунальным

хозяйством (ИПУ ЖКХ).

Система представляет собой инновационный подход к управлению системой жилищно-коммунального хозяйства в крупных городах. Система использует передовые технологии

искусственного интеллекта (ИИ). ИПУ ЖКХ спроектирована для оптимизации ресурсов, повышения эффективности обслуживания и улучшения качества жизни горожан [8; с. 1].

Таблица 1 - Описание ИПУ ЖКХ.

Компоненты Системы	Описание	Функции
Интеллектуальное мониторинговое ядро	Центральный элемент системы, непрерывно собирающий и анализирующий данные из сенсоров, сетей связи, государственных баз данных и обратной связи от жителей.	<ul style="list-style-type: none"> - Определение потребностей и проблем в ЖКХ - Формирование прогнозов - Автоматическое распределение ресурсов
Система реакции на проблемы	Автоматическое управление инфраструктурой и ресурсами в случае выявления неисправностей или аварий.	<ul style="list-style-type: none"> - Автоматическое распределение бригад для ремонтных работ - Оптимизация маршрутов - Предупреждение о возможных проблемах
Цифровые технологии обслуживания	Мобильное приложение и онлайн-платформы для взаимодействия между горожанами и управляющей системой.	<ul style="list-style-type: none"> - Подача заявок на ремонт - Мониторинг статуса обслуживания - Электронные платежи - Уведомления о плановых работах
Прогнозирование и оптимизация ресурсов	Использование алгоритмов машинного обучения для прогнозирования потребности в ресурсах (энергии, воде, тепле) и оптимизации их распределения.	<ul style="list-style-type: none"> - Снижение затрат - Уменьшение негативного воздействия на окружающую среду - Улучшение энергетической эффективности
ИИ-аналитика для принятия решений	Использование алгоритмов машинного обучения для анализа данных и предоставление рекомендаций	<ul style="list-style-type: none"> - Оптимизация бюджетов - Планирование капитальных вложений

	руководителям и операторам ЖКХ.	- Адаптация к изменениям в потребительском спросе
--	---------------------------------	---

Подытожив, можно выделить следующие преимущества системы:

Повышение эффективности в управлении ЖКХ.

Оптимизация расходов и ресурсов.

Улучшение качества обслуживания.

Экологическая устойчивость.

Возможность масштабирования и адаптации к изменениям [9; с. 1-7].

Реализация ИПУ ЖКХ позволит создать модель управления, которая сможет адаптироваться к уникальным потребностям каждого крупного города, способствуя цифровой трансформации и инновационному развитию в сфере ЖКХ [10; с. 1].

В заключении, статья рассматривает современные тенденции цифровой трансформации в управлении жилищно-коммунальным хозяйством крупных городов. Фокус на разработке и внедрении региональной модели, активно интегрирующей цифровые технологии, выделяет важность инноваций для повышения эффективности, прозрачности и качества услуг. Представленные концептуальные технологии, такие как интеллектуальная платформа управления, предоставляют перспективные подходы к цифровой трансформации в сфере жилищно-коммунального хозяйства, обеспечивая оперативность, оптимизацию и устойчивость.

Литература:

1. «О государственной информационной системе жилищно-коммунального хозяйства»: Федеральный закон от 21.07.2014 № 209-ФЗ // Собрание законодательств Российской Федерации. – 28 декабря 2022 г.. – № 8. – Ст. 1-8.
2. "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с развитием систем учета электрической энергии (мощности) в Российской Федерации": Федеральный закон от 27.12.2018 N 522-ФЗ // Собрание законодательств Российской Федерации. – 2018. – № 31, ч. 1. – Ст. 1-5.
3. Министерство строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации : портал. – Москва, 2023. – URL: <https://minstroyrf.gov.ru/press/podvedeny-itogi-rascheta-indeksa-iq-gorodov-po-itogam-2022-goda/> (дата обращения: 16.01.2024)
4. Москва третий год подряд становится лидером рейтинга цифровизации городского хозяйства // Официальный сайт Мэра Москвы : сайт. – URL: <https://www.mos.ru/news/item/98133073/> (дата обращения: 16.01.2024)
5. Умное-ЖКХ.РФ : сайт. – URL: <https://Умное-ЖКХ.РФ> (дата обращения: 16.01.2024)
6. Умный город : сайт. – URL: <https://russiasmartcity.ru/iq> (дата обращения: 16.01.2024)
7. «Собянин: Цифровизация ЖКХ – один из приоритетов Москвы» // Агентство городских новостей Москва : сайт. – URL: <https://www.mskagency.ru/materials/3350085> (дата обращения: 16.01.2024)
8. Current Problems of Digitalization of Housing and Utilities Management in the Context of a Pandemic / Sergey Barkalov, Tatiana Averina, Elena Avdeeva, Yulia Lavrova // Conference: 2020 2nd International Conference on Control Systems, Mathematical Modeling, Automation and Energy Efficiency (SUMMA). – Lipetsk, Russia : IEEE, 2020. – С. 1-17. – ISBN 978-1-7281-8840-9
9. Digitalization of the processes in the housing and utility sector in the context of the “Smart City” concept / A. Anisimova, T. Narolina, T. Smotrova, V. Popov // Resource Efficiency and Circular Economy. – Воронежский государственный технический университет,

ул. 20-летия Октября, 84, Воронеж, 394006, Россия : XXII International Scientific Conference Energy Management of Municipal Facilities and Sustainable Energy Technologies, 2021. – С. 1-10.

10. Digital Transformation in the Energy and Utilities Sector / Marco Zacchello, Theo van Andel // equinix : электронный журнал. – URL: <https://blog.equinix.com/blog/2021/03/19/digital-transformation-in-the-energy-and-utilities-sector/>. – Дата публикации: 05.19.2021.

Кашкуров Никита Тимурович,
Аспирант АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: kashkurovn00@gmail.com
ORCID: 0009-0007-1655-1893

Научный руководитель:
Зворыкина Татьяна Ивановна,
д.э.н., профессор АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: sss2800@mail.ru
SPIN: 4996-2058
ORCID: 0000-0002-0740-517X

Искусственный интеллект в прогнозировании потребительского поведения: новые горизонты для маркетинговых стратегий

Аннотация: в последние годы прогресс в искусственный интеллект (ИИ) позволил компаниям использовать прогнозное моделирование, чтобы получить ценную информацию о поведении потребителей. Прогнозное моделирование использует алгоритмы для анализа текущих и прошлых данных о клиентах, таких как история покупок, демографические данные, отзывы и другую соответствующую информацию, чтобы делать прогнозы о будущем поведении потребителей. Этот подход, основанный на данных, может помочь компаниям лучше понять свою целевую аудиторию и принимать более взвешенные решения, в том числе, когда и что рекламировать, как персонализировать клиентский опыт и многое другое. Статья представляет собой всесторонний обзор современных достижений в области применения искусственного интеллекта (ИИ) для прогнозирования потребительского поведения. Автором освещаются последние публикации и исследования, подчеркивающие значимую роль ИИ в анализе и прогнозировании поведенческих тенденций клиентов. Статья включает в себя практические примеры успешного внедрения ИИ различными компаниями, демонстрируя, как эти инновации трансформируют традиционные подходы в маркетинге. Особое внимание уделяется описанию этапов анализа поведения потребителей с использованием ИИ, начиная от сбора данных до их глубокой интерпретации. Также автор рассматривает, как ИИ облегчает процесс сегментации аудитории, позволяя более точно идентифицировать целевые группы клиентов и их предпочтения. В заключение, статья освещаются основные преимущества использования ИИ в прогнозировании потребительского поведения, такие как повышение точности прогнозов, персонализация предложений и оптимизация маркетинговых стратегий.

Ключевые слова: AI; ML; ИИ; искусственный интеллект; маркетинговые стратегии; поведение потребителей; прогнозирование; машинное обучение; большие данные

Annotation: *In recent years, advancements in artificial intelligence (AI) have enabled companies to utilize predictive modeling to gain valuable insights into consumer behavior. Predictive modeling employs algorithms to analyze current and historical customer data, such as purchase history, demographics, reviews, and other relevant information, to forecast future consumer actions. This data-driven approach can assist businesses in better understanding their target audience and making more informed decisions, including when and what to advertise, how to personalize the customer experience, and much more. The article provides a comprehensive overview of the latest achievements in applying AI for predicting consumer behavior. It highlights the latest publications and studies that underscore the significant role of AI in analyzing and forecasting customer behavioral trends. The article includes practical examples of successful AI implementation by various companies, demonstrating how these innovations are transforming traditional marketing approaches. Special attention is given to describing the stages of consumer behavior analysis using AI, from data collection to deep interpretation. The author also examines how AI facilitates the audience segmentation process, allowing for more accurate identification of target customer groups and their preferences. In conclusion, the article discusses the primary benefits of using AI in predicting consumer behavior, such as increased accuracy of forecasts, personalization of offers, and optimization of marketing strategies.*

Keywords: *AI; ML; AI; artificial intelligence; marketing strategies; consumer behavior; forecasting; machine learning; big data*

В эпоху цифровой трансформации, экономический рост неразрывно связан с инновациями в технологической сфере. Прорывные разработки в области искусственного интеллекта, интернета вещей и блокчейна радикально изменяют бизнес-процессы и модели взаимодействия с клиентами. Особое внимание уделяется использованию искусственного интеллекта для анализа и прогнозирования потребительского поведения, что открывает новые возможности для разработки и реализации эффективных маркетинговых стратегий, адаптированных к постоянно меняющимся трендам и предпочтениям потребителей [10, с. 442].

В последние годы мир пережил бурные изменения, которые существенно повлияли на корпоративный ландшафт и модели ведения бизнеса. Как

подчеркивает Д.Н. Куркова, ключевую роль в этой трансформации сыграло широкое применение цифровых технологий в различных аспектах жизни и бизнеса, что, в свою очередь, привело к усложнению поведения потребителей, бизнес-процессов и общей рыночной ситуации, требуя от компаний более гибких и инновационных подходов для адаптации к новым реалиям [7, с. 55-56].

В современном мире, где конкуренция на рынке очень высока, ведущие компании стараются не только создавать качественные продукты, но и делать их как можно более подходящими для каждого клиента. Однако нужно учитывать, что создание продуктов, полностью соответствующих индивидуальным запросам каждого человека, сегодня является сложным и дорогим процессом. То, насколько

хорошо компания собирает и анализирует информацию о своих клиентах, сильно влияет на её успех. Ещё одной проблемой является то, что иногда компании не точно определяют своих потенциальных покупателей, и реальная аудитория может отличаться от той, на которую они рассчитывали.

Т.И. Онофрук в своей работе подчеркивает важность использования искусственного интеллекта на базе нейронных сетей в контексте моделирования потребительского поведения. Хотя применение нейронных сетей в этой области не так широко распространено из-за сложности построения их архитектуры, они имеют значительные преимущества по сравнению с традиционными регрессионными моделями. К таким преимуществам относятся способность автоматически обучаться, гибкость в работе с различными типами данных, а также возможность аппроксимировать любую непрерывную функцию зависимости, что делает их более мощным инструментом в анализе сложных поведенческих паттернов потребителей [9, с. 83-84].

И.Н. Калиновская вместе с коллегами указывает на то, что сочетание технологий глубокого обучения, машинного зрения и когнитивной нейробиологии позволяет использовать искусственный интеллект не только для анализа рынка, но и для создания персонализированного контента [4, с. 43].

Анализ поведения потребителей — маркетинговый инструмент, который позволяет глубже понять предпочтения и потребности потенциальных клиентов. Такой вид анализа помогает выявить важные паттерны и тенденции, определить эффективность рекламных кампаний и разработать стратегии, направленные на улучшение

взаимодействия с целевой аудиторией. Такой анализ предоставляет бизнесу важную информацию, которая может быть использована для улучшения продуктов, услуг и маркетинговых стратегий [5].

Осознавать базовые тенденции потребительского поведения так же важно, как и понимать уникальные предпочтения и настроения каждого отдельного клиента. В этом контексте машинное обучение представляет собой ценный инструмент, так как оно способно автоматически распознавать различные поведенческие шаблоны. Такие данные могут затем быть использованы для создания точных прогнозов и более эффективной персонализации продуктов и услуг [3].

В.А. Бондаренко и его коллеги в своих исследованиях также подчеркивают, что искусственный интеллект играет ключевую роль в обработке обширных наборов данных о потребителях, включая их интересы, предпочтения, покупательскую активность, поисковые запросы и прочее [1, с. 41-41; 2].

Для того чтобы глубже понять поведение потребителей, используются разнообразные методы анализа данных. К ним относятся, например, анализ корреляции, который помогает выявить связи между покупками различных продуктов, и кластерный анализ, который объединяет клиентов в группы по общим интересам или поведению. Также применяются анализ стоимости жизненного цикла клиента, чтобы оценить долгосрочную ценность клиента для бизнеса, анализ покупок для изучения истории покупок, а также анализ поведения на сайте, который дает представление о том, как клиенты взаимодействуют с веб-сайтом.

Машинное обучение (ML),

являющееся частью более широкой области искусственного интеллекта (ИИ или AI), дает возможность компьютерным системам самообучаться и делать предсказания, опираясь на анализ данных, без необходимости их явного программирования.

Применение машинного обучения в анализе поведения потребителей включает сбор и изучение данных о клиентах для выявления поведенческих шаблонов, определения трендов и прогнозирования будущих действий и предпочтений клиентов, что позволяет более точно адаптировать маркетинговые и продажные стратегии к нуждам и интересам потребителей.

Инструменты AI и ML открывают возможности для измерения успешности маркетинговых акций, определения наиболее обещающих направлений в технологиях и выявления потенциальных клиентов, которые ранее не проявляли интерес к продуктам или услугам компании. Данные методы обеспечивают компаниям ценные данные, которые способствуют повышению эффективности маркетинговых стратегий

и расширению аудитории.

Интеллектуальные системы, благодаря своей способности к обучению и адаптации, со временем становятся более совершенными в интерпретации данных, что улучшает их способность анализировать рыночные тренды и потребительское поведение, а это, в свою очередь, ведет к более глубокому пониманию нужд рынка и, как следствие, к усилению бизнес-эффективности.

Роль ИИ в прогнозировании поведения клиентов представлена на рисунке 1. Многие ритейлеры активно внедряют технологии Big Data для улучшения своих бизнес-процессов. Например, X5 Retail Group использует аналитику данных для повышения эффективности маркетинговых акций, точного прогнозирования спроса и минимизации разрыва междукупаемыми и продаваемыми товарами. Аналогично, группа «М.Видео-Эльдорадо» применяет инструменты Big Data в сочетании с машинным обучением для создания уникального клиентского опыта.



Рисунок 1 - Роль ИИ в прогнозировании поведения клиентов [11]

Известные бренды, такие как Ralph Lauren, Neiman Marcus и Nordstrom, активно исследуют возможности применения интеллектуальных зеркал в примерочных комнатах. Такие зеркала способны предлагать рекомендации по продуктам и вызывать продавцов-консультантов для помощи. Амазон также работает над созданием зеркала дополненной реальности, которое позволяет пользователям примерять виртуальную одежду и макияж, а также видеть, как это будет выглядеть на разных

фонах, например, на пляже или в парке. В ближайшем будущем покупатели смогут подбирать аксессуары, сочетающиеся с одеждой, прямо в примерочной и сохранять историю своих выборов. Уже сегодня с помощью приложения бренда Sephora можно виртуально примерять косметику и видеть, как она будет выглядеть на лице [8, с. 89-90].

Итак, основы анализа поведения потребителей с использованием ИИ включают следующие шаги, которые отражены в таблице 1.

Таблица 1 – Этапы анализа поведения потребителей с применением ИИ [авторская разработка]

Шаг	Описание	Инструменты
Сбор и хранение данных	Сбор данных о клиентах из различных источников и их структурированное хранение для анализа.	Базы данных, API для сбора данных, системы хранения данных
Препроцессинг данных	Очистка данных от шума и ошибок, преобразование в формат, подходящий для анализа ИИ.	Софт для очистки данных, ETL инструменты
Идентификация ключевых показателей	Определение важных показателей поведения потребителей для анализа с помощью ИИ.	Аналитические платформы, системы BI
Применение алгоритмов ИИ	Использование машинного обучения и нейронных сетей для анализа данных и выявления паттернов.	Платформы машинного обучения, нейронные сети, алгоритмы ИИ
Визуализация и интерпретация результатов	Представление результатов анализа в наглядной форме для понимания тенденций и трендов.	Инструменты визуализации данных, например, Tableau, Power BI
Принятие мер и оптимизация	Принятие мер на основе анализа для улучшения продуктов и стратегий, обновление моделей ИИ.	CRM-системы, системы управления проектами, инструменты аналитики

Применение искусственного интеллекта (ИИ) в сегментации аудитории представляет собой продвинутую стратегию, которая позволяет компаниям более эффективно понимать и обслуживать своих клиентов. Основные этапы этого процесса отражены в таблице 2.

Таблица 2 - Применение искусственного интеллекта (ИИ) в сегментации аудитории [авторская разработка]

Этап	Описание
Сбор данных	Использование ИИ для сбора демографических данных, информации о покупках, предпочтениях и истории взаимодействия с продуктом.
Обработка данных	Очистка данных от выбросов и ошибок, заполнение пропущенных значений, стандартизация и нормализация данных.
Выбор модели машинного обучения	Выбор подходящего алгоритма машинного обучения, такого как кластерный анализ или классификация, в зависимости от целей сегментации.
Обучение модели	Обучение модели на исторических данных для выявления паттернов поведения пользователей и определения групп сегментации.
Сегментация аудитории	Использование обученной модели для разделения аудитории на группы с схожими характеристиками и поведением.
Применение	Применение результатов сегментации для создания

результатов	персонализированных маркетинговых кампаний и оптимизации взаимодействия с клиентами.
-------------	--

Применение искусственного интеллекта в сегментации аудитории позволяет бизнесам находить новые возможности для развития и улучшать взаимодействие с клиентами, что помогает предложить персонализированный опыт пользователям, увеличить конверсию и повысить удовлетворенность клиентов.

Поскольку ИИ становится все более распространенным в процессе принятия решений потребителями, важно понимать, как он влияет на решения,

Таблица 3 - Основные преимущества использования ИИ в прогнозировании потребительского поведения [авторская разработка]

Преимущества	Описание
Улучшенное понимание клиентов	ИИ выявляет скрытые закономерности в данных о потребителях, помогая лучше понять их потребности.
Повышение точности прогнозов	Алгоритмы машинного обучения анализируют большие объемы данных для точных прогнозов поведения потребителей.
Автоматизация решений	ИИ может автоматизировать процесс принятия решений в маркетинге, например, в выборе целевых аудиторий.
Оптимизация маркетинговых стратегий	Используя данные о поведении потребителей, компании могут оптимизировать свои маркетинговые кампании.
Улучшение взаимодействия с клиентами	ИИ способствует созданию более персонализированных и эффективных способов взаимодействия с клиентами.
Эффективное ценообразование	ИИ помогает в анализе рыночных данных для определения оптимальных цен на продукты и услуги.
Прогнозирование тенденций рынка	ИИ анализирует текущие тренды и исторические данные, предсказывая будущие тенденции рынка.
Управление запасами	Использование ИИ для анализа данных продаж помогает в эффективном управлении запасами.
Повышение удовлетворенности клиентов	Персонализация предложений и улучшение обслуживания клиентов повышают их удовлетворенность.
Уменьшение операционных расходов	Автоматизация и оптимизация процессов с помощью ИИ снижают операционные расходы.

Развитие применения искусственного интеллекта в анализе

которые принимают потребители. Существует несколько потенциальных преимуществ, связанных с принятием решений с помощью ИИ, включая повышение эффективности и точности, а также снижение затрат. ИИ также может помочь устранить предубеждения при принятии решений и предоставить более персонализированные рекомендации [6]. Основные преимущества использования ИИ в прогнозировании потребительского поведения представлены в таблице 3.

потребительского поведения открывает перед бизнесом широкие горизонты для

инноваций и роста. ИИ дает возможность компаниям предлагать клиентам персонализированные продукты и услуги, улучшать их пользовательский опыт, предсказывать будущие тренды и даже анализировать эмоциональные реакции потребителей. Внедрение ИИ в стратегии анализа поведения потребителей становится не только эффективным инструментом для оптимизации бизнес-процессов, но и ключом к получению конкурентных преимуществ на рынке.

Подводя итог, можно сказать, что искусственный интеллект открывает новые горизонты в анализе обширных массивов данных, собранных из разнообразных источников, таких как социальные сети, поисковые системы,

истории продаж и прочее. Алгоритмы ИИ способны выявлять неочевидные связи и образцы, что помогает предвидеть будущие тенденции потребительского спроса. Применение ИИ в прогнозировании потребительских тенденций становится ключевым стратегическим преимуществом в современном бизнес-мире. Это дает компаниям возможность более гибко адаптироваться к меняющимся условиям рынка и укреплять свои конкурентные позиции. С усовершенствованием технологий искусственного интеллекта прогнозирование потребительского поведения будет становиться всё более точным и ценным для развития бизнеса.

Литература:

1. Бондаренко В.А., Толстяков Р.Р., Иванченко О.В., Миргородская О.Н. Применение элементов искусственного интеллекта в маркетинговой деятельности компаний. Вопросы современной науки и практики. 2019. № 4 (74). С. 41-47. <http://doi.org/10.17277/voprosy.2019.04.pp.041-047>.
2. Бондаренко В.А., Иванченко О.В., Сагоян А.С. Использование технологии BIG DATA в маркетинге отношений на рынке банковских услуг. Финансовая экономика. 2018. № 6. С. 1028-1030. URL: <https://elibrary.ru/yszymp>.
3. Искусственный интеллект и машинное обучение для анализа поведения потребителей – как это работает? [Электронный ресурс]. URL: <https://textlog.ru/iskusstvennyj-intellekt-i-mashinnoe-obuchenie-dlya-analiza-povedeniya-potrebitelej-kak-eto-rabotaet/> (дата обращения: 19.12.2023).
4. Калиновская И.Н., Дунец Н.В., Масейко М.С. Использование искусственного интеллекта в маркетинговых исследованиях поведения потребителей. Молодой ученый. 2018. № 33 (219). С. 42-45. URL: <https://moluch.ru/archive/219/52395/> (дата обращения: 19.12.2023).
5. Как Искусственный Интеллект понимает нас лучше, чем мы сами? [Электронный ресурс]. URL: https://aicomb.ru/iskusstvennyj-intellekt/kak_iskusstvennyj_intellekt_ponimaet_nas_luchshe_chem_my_sami/ (дата обращения: 19.12.2023).
6. Как ИИ меняет поведение потребителей с помощью прогнозного моделирования [Электронный ресурс]. URL: <https://ts2.space/ru/ii-i-povedenie-potrebitelej-ispolzovo/#gsc.tab=0> (дата обращения: 19.12.2023).
7. Куркова Д.Н. Новые формы взаимодействия поставщиков и потребителей в цифровой рыночной среде. Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. 2023. Т. 15, № 1 (47). С. 55-70. <http://doi.org/10.38050/2078-3809-2023-15-1-55-70>.
8. Миргородская О.Н., Иванченко О.В. Использование технологий искусственного интеллекта в маркетинговой деятельности зарубежных и российских ритейл-компаний. Вестник Ростовского государственного экономического университета

- (РИНХ). 2021. № 3 (75). С. 87-96. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-tehnologiy-iskusstvennogo-intellekta-v-marketingovoy-deyatelnosti-zarubezhnyh-i-rossiyskih-riteyl-kompaniy>
9. Онофрюк Т.И. Прогнозирование потребительского поведения на основе интеграции нейросетей в маркетинговые исследования. Молодой ученый. 2019. № 28 (266). С. 83-86. URL: <https://moluch.ru/archive/266/61522/> (дата обращения: 19.12.2023).
 10. Полякова Л.И. Влияние цифровизации на состояние маркетинга. Наукосфера. 2023. № 4-2. С. 442-447. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_53956756_71157815.pdf
 11. Роль ИИ в прогнозировании поведения клиентов до 2023 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.template4trip.com/ru/blog/role-of-ai-predicting-customer-behavior/> (дата обращения: 19.12.2023).

Кочетов Денис Иванович,
Аспирант АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: 9991001@mail.ru
ORCID: 0009-0009-8550-352

Научный руководитель:
Зворыкина Татьяна Ивановна,
д.э.н., профессор, АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: sss2800@mail.ru
SPIN: 4996-2058
ORCID: 0000-0002-0740-517X

Типы международных компаний и стратегии управления персоналом

Аннотация: Эффективный персонал сегодня является главным конкурентным преимуществом современной организации. Осознавая это, успешные компании инвестируют множество ресурсов в управление персоналом, создавая отдельные подразделения, разрабатывая стратегии управления персоналом и управления человеческими ресурсами, также изучая различные типы международных компаний и стратегию управления персоналом. В статье рассмотрены основные типы международных компаний, отличия в стратегиях их работы на международных рынках, а также подходы к найму работников в этих компаниях. Рассмотрены типы работников и возможности их использования в кадровом потенциале международных компаний на разных стадиях их проникновения на рынки других стран.

Ключевые слова: международная компания; управление персоналом; стратегия управления персоналом; международный рынок; персонал компании

Kuzminykh A.S.

Types of international companies and HR management strategies

Annotation: Effective staff is the main competitive advantage of a modern organization today. Realizing this, successful companies invest a lot of resources in human resources management, creating separate divisions, developing human resources management and human resource management strategies, as well as studying various types of international companies and human resources management strategy. The article examines the main types of international companies, differences in their strategies for working in international markets, as well as approaches to hiring employees in these companies. The types of employees and the possibilities of their use in the human resources potential of international companies at different stages of their penetration into the markets of other countries are considered.

Keywords: international company; personnel management; personnel management strategy; international market; company personnel

В международных компаниях могут работать представители разных групп персонала. В зависимости от принадлежности к стране пребывания персонал международных компаний делят на группы [1]:

1) граждане государства, на территории которого размещены

структурные подразделения международной компании и ведется их деятельность. Эти граждане работают в данных подразделениях, но являются гражданами данной страны;

2) экспаты, или экспатрианты, то есть иностранные граждане, которые приехали работать как персонал

международной компании, то есть иностранные специалисты.

Эти специалисты могут как приехать в момент прихода иностранной компании, так и быть приняты позже, являясь специалистами, которые необходимо привлекать из других стран. К этой группе относят:

1) экспатрианты – граждане страны-местонахождения материнской компании, но приехавшие как персонал филиалов, представительств материнской компании в другой стране – обычно это постоянный персонал компании.

2) инпатрианты – граждане, которые приехали в место дислокации материнской компании (работодателя), не являющиеся гражданами страны, в которой сейчас находится материнская компания;

3) граждане третьих стран – необходимые специалисты, которые устроены в международную компанию, страна их происхождения имеет географическую близость и/или культурное сходство со страной, в которой материнская компания создала филиал или представительство.

В штате международной компании, как правило, присутствуют как местные работники, так и экспаты. На начальной стадии развития бизнеса в новой для компании локации, как правило, штат компании состоит преимущественно из экспатов, представляющих материнскую компанию, которые в свою очередь нанимают и обучают местных жителей для развития бизнеса в стране.

Постепенно в штате такой компании начинают преобладать местные жители, в том числе они начинают занимать руководящие позиции, так как в условиях выстроенных бизнес-процессов и запущенного бизнеса отпадает необходимость ежедневного контроля за

операциями со стороны материнской компании.

Существуют близкие по смыслу понятия, в которых не специалисту трудно найти разницу. Но наука и практика выработала уже устойчивые оттенки и разницу между ними.

Отличительными особенностями международной компании является участие в прямых инвестициях, а также принадлежность производственных структур и наличие контрактов (трудовых отношений) с работниками более чем в одной стране [2].

Американские исследователи К.А. Бартлетт и С. Гошаль рассматривают различные типы международных организаций в зависимости от разных подходов к определению их сущности и системы управления персоналом [6].

1) Мультинациональная многострановая компания – компания, в арсенале которой имеются возможности оценки и анализа межкультурных различий и национальных особенностей рынков стран по всему миру. Компания быстро адаптируется к ним и быстро реагирует на изменение данных условий. Обычно в структуру такой компании входят активы нескольких национальных компаний в других странах [2].

2) Глобальная компания – компания, которая не ставит в качестве приоритетов анализ и оценку национальных или локальных рынков, не адаптируется под них. Стратегические цели такой компании и оперативные решения обычно централизованы и не имеют отличий в зависимости от региона или страны. Основной приоритет такой компании – глобальная эффективность.

3) Международная компания – основная стратегия компании – это адаптация знаний и опыта ведения бизнеса под региональные (страновые) условия и рынки. Связана с открытием

филиалов компании в разных регионах, которые остаются под контролем родительской компании, хотя и в меньшей степени чем в глобальных компаниях. Филиалы и подразделения в странах имеют право корректировать ассортимент, перечень услуг под местные условия, также адаптируют общую идеологию компании под местные условия, но степень таких изменений меньше, чем в мультинациональной компании [6].

Таким образом, можно сделать вывод, что компания, развивающая международный бизнес на начальном этапе своего становления является международной компанией, далее в зависимости от направленности деятельности компании она становится глобальной или многострановой.

Когда речь заходит об использовании практики управления персоналом, у международной компании есть два основных варианта: адаптировать существующую локальную практику управления персоналом, либо использовать приемы, которые уже устоялись в центральной штаб-квартире компании.

В работах отечественных ученых можно выделить две классификации типов стратегий управления персоналом в международных организациях. Так, В.С. Половинко и Р.А. Кузьменков рассматривают следующие три типа кадровых стратегий [5].

Адаптивная стратегия управления персоналом, которая в основном используется в многострановых компаниях. В этом случае компания в каждом филиале на территории государств использует принятую там (локальную) практику управления персоналом.

Экспортная стратегия управления

персоналом, ее используют международные компании в применении наиболее эффективных условиях методов управления персоналом.

Интегративная стратегия управления персоналом, часто используемая глобальными компаниями, связана с распространением лучших практик управления персоналом на все филиалы и представительства, вне зависимости от того, где они были эффективно использованы.

Исследователи Н.С. Рычихина и М.О. Элхидер выделяют следующие типы кадровых стратегий:

Стратегия нейтрального стиля руководства (используется в странах с незначительными культурными отличиями).

Глобальная стратегия, предусматривающая разные стили управления персоналом.

Адаптирующая стратегия, приспособление к условиям каждого национального рынка.

Комбинированная стратегия, представляющая собой совокупность компонентов нейтральной и глобальной стратегий.

Доминирующая стратегия, в которой в зарубежных филиалах и подразделениях используется стиль управления головной компании [7].

Компании, которые используют многострановую стратегию развития, чаще всего применяют адаптивные стратегии управления персоналом. При этом обычно компании, которые придерживаются интегративных стратегий, хорошо сочетают и экспортные стратегии управления персоналом.

Литература:

1. Бурчаков М.А. Обеспечение персоналом в международном бизнесе. Дайджест-финансы – 2008. - №11. – С. 59-65.
2. Дементьева А.Г., Соколова М.И. Управление персоналом: Учебник. Магистр, 2008. URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=PBI&n=202240#t5dQvoTgHm0qQICW3>
3. Половинко В.С., Кузменков Р.А. Стратегия управления персоналом филиала международной компании. Теоретический аспект. Вестник Омского университета. Серия «Экономика» - 2010. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-upravleniya-personalom-filiala-mezhdunarodnoy-kompanii-teoreticheskiy-aspekt>.
4. Рожкова Л.В., Тугускина Г.Н., Сальникова О.В. Управление персоналом в международных организациях // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. 2019. №4 (52). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-personalom-v-mezhdunarodnyh-organizatsiyah> (дата обращения: 12.12.2023).
5. Рычихина Н.С., Элхидер М.О. Управление персоналом международной конгломератной компании. «Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение». №2 (54) 2018. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-personalom-mezhdunarodnoy-konglomeratnoy-kompanii/viewer>

Кузьминых Андрей Сергеевич,
аспирант АНО ВО «Российский новый университет», г. Москва, Россия
(e-mail: iron1389man@mail.ru)
SPIN:6028-7262

Научный руководитель:
Тинькова Елена Владимировна
к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента, АНО ВО Российский новый университет
E-mail: ser-tinkov@yandex.ru
SPIN: 4909-3930
ORCID: 0000-0002-6710-7553

Классификация этических факторов, влияющих на принятие управленческих решений в организациях крупного бизнеса

Аннотация: В работе рассматривается проблема учёта различных этических факторов, напрямую или косвенно влияющих на бизнес-показатели организаций, в управленческом подходе. Цель исследования: выделить и классифицировать этические факторы, влияющие на принятие управленческих решений в организациях крупного бизнеса.

С использованием методов библиографического анализа и экспертных интервью была получены данные о подходах организаций крупного бизнеса, а затем проведена классификация и характеристика внешних и внутренних этических факторов, влияющих на принятие управленческих решений в организациях крупного бизнеса. Описаны стейкхолдеры, участвующие в бизнес-процессах и коммуникации с организацией.

Новизна полученной классификации факторов заключается в возможности ее использования не только при стратегическом планировании, как используется PESTEL-анализ, но и при оценке этичности принимаемых управленческих решений и пересмотре политики организации в этом вопросе. Также классификация сильнее детализирует внешние этические факторы и, помимо внешних, учитывает внутренние этические факторы, на которые организация имеет большее влияние.

Организации могут использовать классификацию при пересмотре своих подходов к принятию решений, информационной и социальной политике, взаимодействию с клиентом и другими ключевыми стейкхолдерами, работе и обучению менеджеров, стратегии устойчивого развития.

В статье выделены 4 возможных направления дальнейших исследований.

Ключевые слова: Этический менеджмент; менеджмент; управленческие решения; этические проблемы; этические факторы; организация

Mezhevykh L.S.

Classification of ethical factors influencing management decision-making in large business organizations

Annotation: The paper considers the problem of taking into account various ethical factors that directly or indirectly affect the business performance of organizations in the management approach. The purpose of the study is to identify and classify the ethical factors influencing managerial decision-making in large business organizations.

Using the methods of bibliographic analysis and expert interviews, data on the approaches of large business organizations were obtained, and then the classification and characterization of external and internal ethical factors affecting managerial decision-making in large business organizations were carried out. The stakeholders involved in business processes and communication with the organization are described.

The novelty of the obtained classification of factors lies in the possibility of its use not only in strategic planning, as PESTEL analysis is used, but also in assessing the ethics of management decisions and reviewing the organization's policy on this issue. The classification also details external ethical factors more closely and, in addition to external ones, takes into account internal ethical factors on which the organization has a greater influence.

Organizations can use the classification when reviewing their approaches to decision-making, information and social policy, interaction with the client and other key stakeholders, the work and training of managers, and sustainable development strategies.

The article highlights 4 possible directions for further research.

Keywords: *Ethical management; management; managerial decisions; ethical problems; ethical factors; organization*

Введение

Сейчас, в эпоху быстрых экономических, технологических, политических и социальных изменений и необходимости к ним адаптироваться, актуальны вопросы принятия управленческих решений в организациях с учетом тех или иных внутренних и внешних факторов. И один из таких факторов – этический.

Особенно это актуально в организациях, на которые внешние изменения оказывают наибольшее влияние: например, технологические компании, разрабатывающие цифровые продукты. Вопросы персональных данных, авторского права [1], информационной безопасности, использования искусственного интеллекта в бизнесе и в обычной жизни пользователя и многое другое. В 2021 году при поддержке Правительства РФ и ведущих российских ИТ-компаний был подписан “Кодекс этики в сфере ИИ” [2],

что стало первым шагом в развитии необходимых компетенций и стандартов. Несмотря на то, что это Кодекс на тему этики ИИ, он охватывает вопросы, которые относятся к коммерческим организациям любой сферы, поскольку большинство положений строятся на общих принципах человеко-центричности и ответственности за возможные этические конфликты, возникающие из-за неграмотных действий организации. Авторы выделяют современную тенденцию перехода приоритетов компаний от денег к клиентоцентричности [3, с. 37], созданию общественно значимых ценностей [4, с. 429]. Поскольку потребитель приносит основной доход, необходимо работать над удовлетворенностью его потребностей, повышению его лояльности к организации. А лояльность очень тесно связана с принятием этических решений менеджментом.

На что влияет этичность принимаемых решений:

Отношение стейкхолдеров проекта (пользователей и клиентов, партнеров, сотрудников, государственных органов и др.) к организации и результатам ее деятельности. Отношение может выражаться, например, в метриках лояльности и удовлетворенности клиента продуктом.

Возможность и умение просчитывать социальные и экономические риски, учитывая появление и развитие новых технологий, изменение отношения людей к этим технологиям, социальным нормам, экономической и политической обстановке, изменениям в обществе в целом. Учёт этих факторов при разработке стратегии организации.

Аудиторные показатели продукта, удержание пользователей и клиентов.

Имиджевые показатели и узнаваемость.

Инвестиционную привлекательность предприятия.

Экономические показатели организации, как вытекающее из предыдущих пунктов.

Соответственно, если не уметь выделять этические факторы, влияющие на деятельность организаций, и не уметь ими управлять, могут возникать этические конфликты, влияющие на показатели и эффективность организации. В этом заключается исследуемая проблема. Поэтому цель исследования: выделить и классифицировать этические факторы, влияющие на принятие управленческих решений в организациях крупного бизнеса.

В некоторых работах авторы упоминают 3 критерия обоснования управленческого решения [5, с. 65] [6, с. 45], которые помогут в дальнейшем выделении и классификации этических факторов:

Юридический, т.е. насколько

решение соответствует законодательству, регламентам и правилам, договорам и т.д.

Экономический, т.е. насколько принятое решение экономически оправдано для разных стейкхолдеров.

Этический, т.е. насколько решение соответствует нормам морали.

Методология исследования

1. Библиографический анализ и экспертные интервью с сотрудниками организаций крупного бизнеса. На основе этого выявлялись примеры работы компаний с этическими проблемами и этические факторы, влияющие на принятие управленческих решений. В экспертных интервью приняло участие 8 сотрудников организаций крупного бизнеса (VK, ВТБ, Яндекс, Росатом, Ozon, X5 Retail Group). В выборку попали как менеджеры и руководители команд, которые непосредственно принимают управленческие решения, так и исследователи, отвечающие за клиентский опыт в компаниях. В компаниях с развитой исследовательской культурой исследователи могут выступать центром этики, стимулировать других сотрудников принимать этические решения в пользу потребителя. В рамках экспертных интервью обсуждались: случаи реальных этических конфликтов между организацией и другими стейкхолдерами; причины возникновения этих конфликтов; какие способы регулирования принимаемых решений используют; на какие факторы обращают внимание при принятии решений, какие из этих факторов считают этическими.

2. Описание стейкхолдеров процесса принятия этических управленческих решений.

3. Метод классификации этических факторов, влияющих на принятие управленческих решений в организациях крупного бизнеса.

Результаты исследования

Для того, чтобы изучить механизм принятия управленческих решений и этические факторы, необходимо выделить субъекты, принимающих участие в социально-экономическом процессе, преследующих личные интересы и взаимодействующих между собой. Такие субъекты являются стейкхолдерами этического процесса принятия решения организацией, которая является важнейшим звеном этого процесса.

Выделим стейкхолдеров процесса принятия управленческих решений и его этичности:

сотрудники организации;

соискатели (кто ищет новое место работы и может рассматривать конкретную организацию как потенциального работодателя);

клиенты и пользователи товаров, услуг и других материальных благ, предоставленных организацией;

общество;

партнёры;

инвесторы и акционеры;

государство и отдельные правительственные структуры.

На этичность управленческого решения влияет множество факторов. Назовем это этическими факторами. Этические факторы (в контексте менеджмента и принятия управленческих решений) – это обстоятельства, влияющие на принятие управленческих решений с точки зрения принципов этики и отношения отдельного сотрудника или организации к тем или иным этическим конфликтам, возникающим между стейкхолдерами рабочего процесса организации.

На основе знания всех этических факторов в менеджменте можно эффективнее управлять процессами компании, искать зоны роста и делать

процесс работы над этичностью принятия решений системным.

В результате классификации этические факторы были разделены на:

Внутренние, т.е. факторы внутри компании, на которые она имеет непосредственное влияние.

Внешние, т.е. факторы извне компании, на которые компания не имеет влияние или имеет, но очень ограниченное.

Итоговая классификация внутренних этических факторов, влияющих на этичность принимаемых управленческих решений, выглядит следующим образом:

Личностные факторы.

Особенности личности менеджера
Стиль управления менеджера [7, с. 150], [8, с. 4].

Жизненные ценности менеджера.

Организационно-управленческие факторы.

Организационная структура и внутренние коммуникации [9, с. 38].

Должности и комитеты, ответственные за этику.

Политика найма сотрудников.

Система контроля охраны труда.

Качество профессиональной подготовки сотрудников.

Система корпоративных ценностей и этический кодекс [10].

Стратегия развития предприятия и ESG.

Транспарентность (прозрачность) бизнеса.

Транспарентность рабочих процессов для сотрудников.

Транспарентность процесса найма.

Транспарентность перед клиентами и обществом [11].

Транспарентность перед партнерами.

Транспарентность перед

инвесторами и акционерами.
Транспарентность перед государством.
PR
Позиционирование компании как работодателя.
Позиционирование компании для пользователя и общества.
Позиционирование компании как партнера.
Позиционирование компании для инвесторов и акционеров.

Классификация внешних этических факторов:
Социокультурные факторы.
Национальные традиции и менталитет, ценности и нормы морали [8, с. 5], [12], [13].
Уровень образования.
Религия.
Демография.
Экономические факторы.
Показатели рынка труда.
Покупательная способность населения.
Ценовая политика на конкурентные товары и услуги.
Спрос и предложение на производимые товары и услуги.
Доступность товаров первой необходимости.
Уровень инфляции.
Политические факторы.
Этические кодексы [2].
Стимуляция этического менеджмента государством.
Регулирование влияния быстроразвивающихся направлений (ИИ, робототехника и т.д.) на различные сферы общества.
Поддержание честной конкуренции и борьба с монополизмом.
Технологические факторы.
Уровень развития технологий и технологические тренды.

Уровень принятия технологий обществом.
Доступность технологий.
Уровень осведомленности о технологиях и информационной безопасности.
Уровень владения технологиями и их инклюзивность.
Правовые факторы.
Система законодательства государства.
Правоотношения организации с юридическими лицами.
Правоотношения организации с физическими лицами [14].
Правоотношения организации с государством.
Система государственных стандартов (ГОСТ).
Экологические факторы.
Экологические нормы, установленные государством
Состояние окружающей среды.
Выводы и дальнейшие перспективы исследования

Некоторые полученные группы этических факторов совпадают с факторами STEEPLE-анализа (social, technological, economic, environmental, political, legal, ethical) [15, с. 16], который является вариацией PESTEL-анализа, используемого в стратегическом менеджменте и основанном на учёте внешних факторов, которые влияют на деятельность и показатели компании. Однако приведенная классификация отличается тем, что позволяет использовать внешние факторы не только при стратегическом планировании, но и при оценке этичности принимаемых управленческих решений и пересмотре политики компании в этом вопросе. Также классификация сильнее детализирует внешние этические факторы и, помимо внешних, учитывает внутренние этические факторы, на

которые компания имеет большее влияние.

Практическая применимость полученных результатов заключается в возможности компаний использовать классификацию при пересмотре своих подходов к принятию решений, информационной и социальной политике, взаимодействию с клиентом и другими ключевыми стейкхолдерами, работе и обучению менеджеров, стратегии устойчивого развития.

Возможные направления дальнейших исследований:

Исследование и разработка системного подхода учета этических факторов при принятии управленческих решений.

Исследование организационных структур управления компаний, влияющих на этичность принятия управленческих решений.

Построение моделей, позволяющих оценивать влияние этики на бизнес-показатели организации.

Разработка этических стандартов в менеджменте в целом и отдельно взятых компания

Литература:

1. Bernd Carsten Stahl, Damian Eke. The ethics of ChatGPT – Exploring the ethical issues of an emerging technology // *International Journal of Information Management*. 2024. Vol 74. 14 p. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102700>
2. Альянс в сфере искусственного интеллекта. Кодекс этики в сфере искусственного интеллекта. URL: <https://ethics.a-ai.ru/> (дата обращения: 05.01.2024).
3. Толмачев О.Л. Объективные основы этического подхода в менеджменте // *Экономика в теории и на практике: актуальные вопросы и современные аспекты. Сборник статей XI Международной научно-практической конференции. Наука и просвещение (Пенза)*. 2021. С. 36-39. УДК 005.
4. Хуснуллин Р.Р. Основные принципы этики менеджмента // *Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития. Сборник научных статей 7-й Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Закрытое акционерное общества «Университетская книга» (Курск)*. 2017. С. 429-431. ISBN 978-5-9907725-1-9.
5. Иванцова М.В. Социологическое исследование этических проблем современного менеджмента // *Современная наука*, ISSN 2079-4401. 2016. №1. С. 63-65. УДК 316.012.
6. Нашутинский А.В., Йулдошев И.Б. Этические дилеммы в менеджменте и способы их разрешения // *Матрица научного познания*, ISSN 2541-8084. 2019. №10. С. 42-47. УДК 334.012.74.
7. Роберт Саттон. Искусство быть хорошим руководителем. Руководство для тех, кто управляет людьми // Р. Саттон. – М.: Издательство «Манн, Иванов и Фербер», 2013 г. – 352 с. ,с.150.
8. Карамуллина А.М. Социальная ответственность и этика менеджмента // *Итоги научно-исследовательской деятельности 2017: изобретения, методики, инновации. XXIX Международная научно-практическая конференция. Научный центр «Олимп» (Астрахань)*. 2017. С. 208-211.
9. Свиткин М.З. Социально-этические аспекты менеджмента и бизнеса // *Методы менеджмента качества*, ISSN: 2542-0437. 2006. №2, С. 36-41.
10. Enciso S., Milikin C., O'Rourke J. Corporate culture and ethics: from words to actions // *Journal of Business Strategy*. 2017. Vol 38. №6. Pp. 69-79. DOI: 10.1108/JBS-01-2017-0001.

11. Kamila M.K., Jasrotia S.S. Ethics and marketing responsibility: A bibliometric analysis and literature review // Asia Pacific Management Review. 2023. Pp. 567-583. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.apmrv.2023.04.002>
12. Стражнов А.В., Чупахина Е.В. Противоречия этики менеджмента и морали общества и возможности их согласования / А.В. Стражнов, Е.В. Чупахина // Экономические науки. 2015. №4. С. 56-62.
13. Указ Президента РФ от 09.11.2022 №809 "Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей" // 2022. – №809.
14. "О персональных данных": Федеральный закон от 27.07.2006 N 152-ФЗ (ред. от 06.02.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации – 2021 – №27, ст. 5159.
15. Lomine L. Oxford IB Prepared: Business Management: IB Diploma Programme. Oxford University Press. 2020. 200 p. ISBN: 978-0-19-843760-4.

Межевых Леонид Сергеевич,

Аспирант АНО ВО «Российский новый университет»

e-mail: leomez@mail.ru

ORCID: 0009-0008-1852-5995

Научный руководитель:

Зворыкина Татьяна Иванова,

д.э.н., профессор АНО ВО «Российский новый университет»

e-mail: sss2800@mail.ru

SPIN: 4996-2058

ORCID: 0000-0002-0740-517X

Роль интернета и искусственного интеллекта в развитии индустрии туризма

***Аннотация:** Для постоянного развития индустрии туризма многие компании активно внедряют различные средства цифровизации и автоматизации бизнес-процессов, а также используют Интернет, как отдельное средство не только для анализа текущей ситуации на рынке, но и для своевременного реагирования в ответ на изменения тенденций в сфере туризма. Статья посвящена исследованию искусственного интеллекта и его возможностям для применения в индустрии туризма. Рассматривается понятийный аппарат, различные определения термина искусственный интеллект. Оценивается возможность применения Интернета и искусственного интеллекта в туризм, на разных уровнях управления. Рассматривается, как цифровизация турбизнеса в части автоматизации различных процессов с использованием искусственного интеллекта помогает, не только решению конкретных проблем, но и развитию индустрии в целом.*

***Ключевые слова:** туризм; ИИ; искусственный интеллект; цифровизация; стратегическое управление*

Mikhailusov E.A.

The role of Internet and artificial intelligence in the development of the tourism industry

***Annotation:** For the continuous development of the tourism industry, many companies are actively introducing various means of digitalization and automation of business processes, and also use the Internet as a separate tool not only for analyzing the current market situation, but also for timely response to changes in trends in the tourism sector. The article is devoted to the study of artificial intelligence and its possibilities for application in the tourism industry. The conceptual apparatus and various definitions of the term artificial intelligence are considered. The possibility of using the Internet and artificial intelligence in tourism at different levels of management is assessed. It is examined how the digitalization of the travel business in terms of automation of various processes using artificial intelligence helps not only to solve specific problems, but also to the development of the industry as a whole.*

***Keywords:** tourism; AI; artificial intelligence; digitalization; strategic management*

Туризм — деятельность, направленная на восстановление, отдых,

оздоровительные мероприятия или получение новых знаний, опыта через путешествия в другие города, регионы, страны. В последнее время туристская индустрия объединила в себе как историческое и культурное наследие, так и определенные информационные новации в части территориального развития и коммуникаций. Многие западные компании с недавнего времени стали активно проводить цифровизацию своего турбизнеса, что несомненно отразилось на прибыли. Страны Азии прикладывают значительные усилия для внедрения подобных технологий на государственном уровне. К примеру, в 2018 году масштабную компанию по цифровизации реализовала Шри-Ланка. Презентовав страну как отличительное тур-направление, государству удалось привлечь почти 3 миллиона туристов. Индонезия внедрила ИТХ (Indonesia Travel Exchange), средство для резервирования вилл, гестхаусов и других объектов суммарной численностью порядка двух тысяч. Данное решение было внедрено в качестве ответа на международное расширение онлайн-площадки для бронирования Airbnb [1, с.38].

В данной статье рассматриваются технологии цифровизации, Интернета и искусственного интеллекта, применяемые в туризме, которые получают все больший интерес не только со стороны научного сообщества, но и со стороны участников туристского бизнеса в связи с тем, что изменяются требования к информационно-коммуникационному обеспечению туристской деятельности [3, с.107]

Понятие искусственного интеллекта.

Существует большое количество различных определений термина «искусственный интеллект». Наиболее полное исследование понятийного

аппарата искусственного интеллекта (AI - Artificial intelligence) приведено в работе [5]. Один из основателей данной технологии М. Мински определял данный термин как науку, способную выполнять компьютерные программы, механизмы или алгоритмы через ряд последовательных действий, для которых обычный человек применял бы собственные умственные способности [5, с.29]. Любое почти разумное поведение компьютера или программы уже может попадать в рамки данного определения, однако есть определенные ограничения в работе подобных программ. Так, к примеру, было выявлено, что искусственный интеллект гораздо лучше справляется с задачами технического характера (решение математических задач), в то время как задачи на поиски «здорового смысла» вызывают у него определенные сложности, поскольку машина не способна рассуждать как человек.

Возвращаясь к теме туризма, следует отметить, что искусственный интеллект представляет определенный интерес для изучения, так как это является важной составляющей современных тенденций к цифровизации программ, способных понимать потребности клиента. Применение цифровых технологий, включая искусственный интеллект, выступает одним из важнейших факторов, формирующих конкурентоспособность в туризме [4, с.62]. Необходимо понимать, насколько важную роль может сыграть интернет и применение не только в качестве универсального помощника потенциального потребителя туристских услуг или средства для стратегического управления предприятий, но и для их внедрения на мезо- и макроуровне в туризме.

Интернет и его функционал,

активно применяемый в различных областях туристской индустрии.

К примеру, для маркетологов значимыми являются следующие возможности: рассылки через СМС и электронную почту, средства для предоставления устной рекомендации отдельным категориям граждан, открытие социальных сетей для привлечения большого трафика клиентов, последующий анализ целевой аудитории, открытие чатов по интересам, где туристы смогут обмениваться информацией, к примеру, о предстоящих или прошедших поездках. В то же время многие исследования показывают, что при планировании туристской поездки многие потребители отдают свой голос современным системам бронирования Ostrovok.ru, Яндекс.Путешествия и другим. Помимо этого, многие туроператоры предлагают клиентам интерактивные средства взаимодействия с туристскими объектами, используя для этого аудио- или визуальные средства передачи информации. Некоторые компании в индустрии туризма размещают рекомендации на своих сервисах не только для увеличения конверсии и привлечения большего потока клиентов, но и для популяризации отдельных направлений и маршрутов для путешественников. Активно применяются также технологии, способствующие удержанию клиентов. К таким технологиям относится, ведение базы клиентов в CRM-системе для последующего анализа и сегментации, а также звонки и электронные письма для сбора обратной связи после оказанной услуги. Такие средства помогают поднять лояльность клиента к компании и дополнить туристский продукт новыми услугами и предложениями.

В 2022 году компания OpenAI анонсировала запуск чат-бота, в основе

которого лежал искусственный интеллект [7]. Бот был обучен на различных источниках, доступных в сети интернет, и позволял пользователям получить ответы на самые разнообразные вопросы. Для одних искусственный интеллект предлагал рецепт домашнего салата, для других рассказывал о космосе и отдаленных местах планеты. Любопытным был тот факт, что чат-бот запоминал вопросы своего пользователя и старался «поддерживать» беседу, учитывая и анализируя все предыдущие вопросы и ответы.

Сферы применения искусственного интеллекта в туризме

Системы искусственного интеллекта в индустрии туризма могут быть автономными системами или встроенными в существующие приложения и системы. Они включают системы рекомендаций, системы и методы персонализации, разговорные системы (чат-боты и голосовые помощники), инструменты прогнозирования, приложения для перевода языков и интеллектуальные туристические направления. Следует отметить, что туристы обычно взаимодействуют с технологиями, которые интегрируют несколько из этих систем.

Индустрия туризма широко использует инструменты искусственного интеллекта, однако исследований о влиянии искусственного интеллекта и его инструментов в этой области по-прежнему очень мало.

По заявлению вице-премьера России Дмитрия Чернышенко 62% туристов выбирают обращение к чат-боту, а не к туроператору [6]. Это означает что у данной технологии есть потенциал в туризме, который сейчас находится на стадии активного развития. Поскольку чат-боты на искусственном интеллекте

способны обучаться на большом количестве источников и получать информацию из разных сфер, они являются неплохой альтернативой прямой коммуникации с персоналом и могут подсказать приоритетные направления, качество развития туристской инфраструктуры в регионе, интересные объекты и многое другое.

В то же время туристические предприятия могут анализировать, рассчитывать и обобщать данные, чтобы постоянно удовлетворять рыночный спрос и повышать удовлетворенность туристов. Предпочтения для разных туристических городов, туристическая деятельность и предпочтение туристического транспорта, все это - проблемы, которые необходимо учитывать и решать при развитии индустрии туризма. В туристской деятельности расчет и обобщение больших данных позволяют точно понять предпочтения туристов, чтобы удовлетворить различные их потребности, повысить опыт и удовлетворенность туристов, и, таким образом способствовать развитию индустрии туризма.

Отсюда следует, что многие платформы, работающие на базе искусственного интеллекта, могут помочь не только рядовым пользователям, но и участникам тревел-бизнеса, поскольку AI обладает внушительными объемами информации для анализа рынка. С его помощью можно не только строить гипотезы относительно дальнейшего развития туризма в конкретном регионе, но и получать советы по необходимым действиям для получения наибольшей прибыли, такие как анализ спроса, расчет наиболее привлекательной цены, при анализе цен конкурентов. Эти параметры можно предложить в качестве базы для манипуляций с помощью искусственного

интеллекта [2].

Искусственный интеллект в гостиничном бизнесе

Технологии AI активно применяются в гостиничном бизнесе для обслуживания клиентов, автоматизации рутинных задач, связанных с оформлением бронирования или предоставлением дополнительных услуг. Использование искусственного интеллекта в гостиничном бизнесе позволяет эффективно управлять персоналом и оптимизировать бизнес-процессы. Отелю становится проще понимать потребности своих гостей, анализировать их предпочтения и оценивать уровень удовлетворенности клиентов. Для достижения этих целей используются различные инструменты и методы работы с пространственными данными, которые предоставляют всестороннюю информацию. Алгоритмы машинного обучения могут анализировать данные о предпочтениях гостей и на основе этой информации предлагать персонализированные услуги и рекомендации.

Кроме того, в индустрии гостеприимства используются системы бронирования, позволяющие осуществлять и работать на динамическом ценообразовании. Системы анализируют данные различных пользователей, находя информацию в открытых источниках или заранее предоставленной аналитиками базе данных. Метод способствует оптимизации цены и максимизации выручки с продаж. Если же объект размещения бронируется под групповые заезды, то применяется обеспечение Cvent Passkey, использующее в своей основе интеллектуальные технологии, встроенные на сайт объекта размещения. Используя специальные виджеты, обеспечение упрощает процесс

бронирования, позволяя не только минимизировать ручной ввод информации, но и лучшее координировать работу отдельных связанных общей задачей отделов. Такой подход способствует увеличению дохода от номерного фонда, поскольку клиенты чаще продлевают свое бронирование

Данные инновационные технологии не только повышают коммерческий потенциал существующего бизнеса, но и обеспечивают беспрепятственное взаимодействие с клиентами, улучшая их опыт пребывания в отеле. Комбинация автоматизации и анализа данных позволяет гостиницам эффективно управлять ценами, продлевать сроки пребывания гостей и значительно увеличивать доходы от номеров.

Заключение

Проведенный анализ применения

искусственного интеллекта в сфере туризма показал, что существуют много перспективных направлений его использования в сфере туризма и гостеприимства, которые позволяют сформировать новые конкурентные преимущества туристских и гостиничных предприятий и сформировать новый цифровой вектор развития индустрии туризма.

Дальнейшие исследования влияния искусственного интеллекта на развитие туристского бизнеса важны и интересны не только со стороны потребителя, но и со стороны собственников и управленцев, поскольку мода на цифровизацию всех отраслей бизнеса стремительно развивается, а потребителю всегда важно получать качественную услугу за обоснованную цену.

Литература:

1. Богомазова И.В., Аноприева Е.В., Климова Т.Б. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы // Сервис в России и за рубежом. 2019. №3 (85). С. 5-6. 1
2. Кумова Д.М. Использование платформ на базе искусственного интеллекта в сфере туризма // Сервис в России и за рубежом. – 2021. Т. 15. № 3 (95). С. 18-26. 2
3. Морозов М.А., Морозова Н.С., Зворыкина Т.И. Новые требования к качеству туристских услуг в современных реалиях// Стандарты и качество. 2020. № 8. С. 104-108.
4. Морозова Н.С., Морозов М.М. Конкурентные преимущества в туризме и гостиничном бизнесе в условиях глобальной цифровизации// Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. 2020. № 1. С. 60-64.
5. Морхат П.М. К вопросу об определении понятия искусственного интеллекта// Право и государство: теория и практика. 2017. № 12 (156). С. 25-32.
6. Ведомости [Электронный ресурс] // Журнал онлайн — [URL:https://www.vedomosti.ru/business/articles/2023/06/16/980926-iskusstvennogo-intellekta-turizma](https://www.vedomosti.ru/business/articles/2023/06/16/980926-iskusstvennogo-intellekta-turizma) (дата обращения 13.01.2024).
7. Официальный сайт OpenAI [Электронный ресурс] // — URL: <https://openai.com/blog/chatgpt> (дата обращения: 22.12.2023).

Михайлуков Егор Алексеевич,
Аспирант АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: em@egor9.ru
ORCID: 0009-0000-3679-0954

Научный руководитель:

Морозова Наталья Степановна,

д.э.н., профессор АНО ВО «Российский новый университет»

e-mail: sks@rosnou.ru

SPIN: 5293-6600

ORCID: 0000-0002-6491-363X

Маркетинговые технологии управления нематериальными активами

Аннотация: В данной научной статье демонстрируются основные ключевые маркетинговые технологии управления нематериальными активами. Актуальность работы заключается в том, что нематериальные активы становятся все более важными ресурсами организации, однако их маркетингу уделяется недостаточное внимание, что делает такие активы неэффективными, это недопустимо в условиях современной экономики и ее кризиса. Итогом работы является описание алгоритма, который рекомендуется использовать на практике для более полного и грамотного применения маркетинговых технологий управления нематериальными активами организации.

Ключевые слова: маркетинговые технологии управления; нематериальные активы; маркетинг в Интернете; маркетинг нематериальных активов; роль маркетинга

Molchanov S.S.

Marketing technologies for intangible assets management

Annotation: This scientific article demonstrates the main key marketing technologies for managing intangible assets. The relevance of the work lies in the fact that intangible assets are becoming increasingly important resources of the organization, however, insufficient attention is paid to their marketing, which makes such assets ineffective; this is unacceptable in the conditions of the modern economy and its crisis. The result of the work is a description of the algorithm, which is recommended to be used in practice for a more complete and competent application of marketing technologies for managing the organization's intangible assets.

Keywords: marketing management technologies; intangible assets; marketing on the Internet; marketing of intangible assets; the role of marketing

Нематериальные активы на современном этапе являются одними из самых важных ресурсов организации. Сегодня под основными нематериальными активами понимают: компьютерные программы, изобретения и промышленные модели, научные, литературные произведения, произведения искусства, товарные знаки, производственные секреты и деловая репутация. Причина заключается в том, что сейчас материальные активы не

способны гарантировать успех организации, существуют иные, в некоторых случаях более важные для потребителя элементы, которые являются частью нематериальных активов. При этом без должного управления нематериальные активы могут оставаться либо недостаточно эффективными, либо не имеющими особого значения. Для этого управление должно быть маркетинговым, однако до сих пор во многих организациях не осознают

важность применения маркетинговых технологий управления в отношении нематериальных активов, отказываясь от этого направления, что формирует безрезультатность существования таких ресурсов – это недопустимо в условиях нынешнего экономического кризиса. Таким образом, тема работы актуальна.

В первую очередь отметим, что у современных организаций может быть множество нематериальных активов, которые могут принести организации многочисленную экономическую выгоду. Так, например, торговый бренд может стать решающим при выборе товаров. Предположим, этот элемент является ключевым для клиента, приобретающего предметы роскоши. Наглядным примером является дорогая одежда или наручные часы – материальные активы, используемые при создании аналогичных, но более дешевых товаров, схожи, иногда, одинаковы. Однако, потребитель готов переплатить за них потому, что торговая марка, бренд, являются всемирно известными, вызывают определенные чувства и эмоции у людей [4, с. 8]. Такой эффект является прямым последствием грамотного применения маркетинговых технологий управления нематериальными активами, в этом случае – торговой маркой.

Аналогичный процесс имеет место при создании корпоративной культуры. Несмотря на то, что непосредственное ее формирование возложено на менеджмент, эффективное распространение сведений о ее благоприятных элементах относится к маркетингу. Информационное сопровождение предпринимательской деятельности приобретает особо важную роль в современных условиях [3, с.109]. В результате, если маркетингу организации удалось сформировать благоприятный, известный имидж собственной

корпоративной культуры, в организации захотят работать все лица, в том числе высококвалифицированные, что позволит снизить расходы на привлечение работников, наем, мотивацию, создание высокого уровня лояльности и так далее.

Аргументировав наличие явных преимуществ от маркетингового управления нематериальными активами, перейдем к непосредственной демонстрации технологий, которыми рекомендуется пользоваться сейчас. Первой и основной является рекламная деятельность. Если организации удастся сформировать убедительную, результативную рекламу, то потребители будут выказывать большее доверие бренду, произойдет увеличение лояльности клиентов. Аналогичный процесс имеет место и с другими элементами нематериальных активов. Так, например, рекламируя благоприятную корпоративную культуру, можно сформировать интерес к организации среди потенциальных работников [5, с. 165]. Для этого нужно постоянно демонстрировать многие положительные аспекты, например, на сайтах вакансий: социальные гарантии, льготы, наличие премий, возможность карьерного роста, корпоративные мероприятия и так далее.

При этом стоит выделить, что доверие потребителей к рекламе ежегодно снижается, что доказывают различные опросы [6]. Это ведет к тому, что необходимо применять иные технологии, позволяющие убедить потребителей в том, что нематериальные активы организации действительно ценны. Можно рекомендовать в этом направлении проведение маркетингового анализа. В рамках данной технологии маркетологи пытаются получить достоверную информацию, доказывающую ценность того или иного

нематериального актива. Предположим, это может быть «слепая» дегустация – клиенты пробуют различные товары, а потом происходит замер, указывающий на то, что товар конкретного бренда отмечался, как лучший в большинстве случаев. Такое исследование может сформировать у потребителя уверенность в верности рекламы, ведь большинство выбрало именно его, а эксперимент проводился в отношении обычных людей. Аналогично можно анализировать иные нематериальные активы, предположим, в организации разработана технология производства чипсов, которые обладают меньшей калорийностью. Изучив это, было установлено, что это достоверная информация, о чем потребителя информируют на упаковке. Это придает ценность, как технологии, так и бренду.

Еще одной все более популярной маркетинговой технологией является использование в рекламных целях известных лиц или лидеров мнений. У потребителей может сформироваться следующая связь – знаменитость пользуется или поддерживает товары бренда, потому ему можно доверять. Аналогичный процесс происходит при использовании в рекламе лидеров мнений. Практика показывает, что реклама, в которой участвуют знаменитости, более эффективна, потому на современном этапе это результативная технология.

Совершенствование управления нематериальными активами может быть реализовано с помощью маркетинговой технологии расширения получения обратной связи. Несмотря на то, что указание телефонов и адресов на упаковках товаров стало нормой уже давно, можно и необходимо расширять спектр механик для обратной связи. Сейчас социальные сети и Интернет становятся основным источником получения информации и коммуникации,

потому присутствие там представителей бренда обязательно [1, с. 32]. Сформировав возможность оперативно получать обратную связь, например, подавать жалобы или предложения в группе в социальной сети, бренд развивается, его ценность в сознании потребителя увеличивается. Если же обратная связь сопряжена с технологией аналитики, например, в группах в социальных сетях проводятся опросы, представляются их результаты, демонстрируются итоги исследований, внедрений предложений потребителей и так далее, эффект усиливается [2, с. 16].

Подводя итог, делаем вывод о том, что маркетинговые технологии управления нематериальными активами различны. Если их использовать корректно, можно добиться увеличения ценности нематериального актива, достижения многочисленных благоприятных экономических эффектов от такого ресурса. В рамках данной работы были представлены основные технологии, перечень которых может быть расширен. Однако, именно эти направления являются ключевыми, наиболее эффективными. Итоговой практической рекомендацией можно считать предложение следующего универсального алгоритма. Так, во-первых, каждой организации необходимо иметь группу в социальных сетях и официальную страницу на сайте в интернете для обеспечения достаточного современного уровня обратной связи. Второе действие – сопряжение предыдущего элемента с аналитикой. Это значит, что фирма обязана постоянно доказывать потребителям в социальных сетях, что товары бренда действительно обладают уникальными свойствами или более высоким качеством по сравнению с конкурентами. При этом до реализации этого мероприятия важно самостоятельно

удостовериться в том, что товары бренда действительно таковы, иначе аналитика лишь вскроет недостатки, которые вызовут негатив у потребителя и приведет к падению доверия. Третье – привлечение знаменитостей или лидеров мнений для создания вместе с ними рекламы. Наиболее эффективно выявить именно тех лиц, которые действительно считают бренд и его товары качественными, достойными рекламирования. Это даст возможность получить наиболее качественную, реалистичную рекламу. Если данный алгоритм будет

соблюдаться, то маркетинг в отношении бренда станет более эффективным. Отметим, что в рамках работы особое внимание было уделено именно бренду, как части нематериальных активов, однако, все тезисы справедливы и в отношении других нематериальных активов: корпоративной культуры, разработок, гудвилла и так далее. Алгоритм реализуется таким же образом, но в некоторых случаях в отношении других лиц, например, не потребителей, а инвесторов или контрагентов.

Литература:

1. Алексютина, О. А. Идентификаторы бренда как коммуникативное средство взаимодействия с потребителем / О. А. Алексютина, Е. В. Левичева // Успехи гуманитарных наук. – 2022. – № 6. – С. 32-36.
2. Виноградов, А. Б. Информационные технологии в маркетинговой деятельности / А. Б. Виноградов // Нанотехнологии: наука и производство. – 2023. – № 2. – С. 15-18.
3. Развитие предпринимательства: инновации, технологии, инвестиции. Монография (2-е издание). М., Дашков и К, 2021 - 352 с.
4. Шаехов, М. Р. Теоретическое обоснование эволюции понятия «репутационная экономика» / М. Р. Шаехов // Управление устойчивым развитием. – 2023. – № 3(46). – С. 5-9.
5. Шимон, Ю. Н. Формирование бренда работодателя как элемент стратегии управления человеческими ресурсами / Ю. Н. Шимон // Общество и наука: векторы развития: Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции, Чебоксары, 29 июня 2022 года / Редколлегия: О.Н. Широков [и др.]. – Чебоксары: Общество с ограниченной ответственностью «Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс», 2022. – С. 164-165.
6. Маркетологи теряют доверие потребителей [Электронный ресурс] URL: <https://adpass.ru/marketologi-teryayut-doverie/> (дата обращения: 16.01.2024).

Молчанов Степан Сергеевич,
аспирант АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: m-stefan@mail.ru
SPIN: 0000-0000
ORCID: 0009-0008-3803-1108

Научный руководитель:
Морозова Наталья Степановна,
д.э.н., профессор, АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: sks@rosnou.ru
SPIN: 4835-6352
ORCID: 0009-0002-3242-5479

Анализ влияния правового аспекта на выбор стратегии управления рисками инвестиционно-строительных проектов

Аннотация: Тенденции изменения законодательства РФ в последнее время имеет большое влияние на инвестиционно-строительные проекты (ИСП), что выражается в необходимости соблюдения всех нормативных актов для получения для выбора земельного участка, получения положительного заключения проектной документации государственной экспертизы, получения разрешения на строительство и ввод в эксплуатацию. В данной статье акцент делается на необходимости комплексного подхода к управлению рисками, который включает в себя анализ нормативных актов, оценку их воздействия на управление инвестиционно-строительным проектом, а также разработку и внедрению мер по соблюдению и адаптации к новым требованиям.

Ключевые слова: управление рисками; инвестиционно-строительные проекты; законодательство РФ; нормативно-правовые акты; адаптация к законодательным изменениям

Schurov E.S.

Analysis of the legal aspect's impact on the choice of risk management strategy for investment and construction projects

Annotation: The recent trends of changes in the legislation of the Russian Federation have a great impact on investment and construction projects, which is expressed in the need to comply with all regulatory acts to obtain for the selection of a land plot, obtain a positive conclusion of the design documentation of the state expertise, obtain a construction permit and commissioning. This article focuses on the need for a comprehensive approach to risk management, which includes the analysis of regulatory acts, assessment of their impact on the management of investment and construction project, as well as the development and implementation of measures for compliance and adaptation to new requirements.

Keywords: risk management; investment and construction projects; legislation of the Russian Federation; regulatory acts; adaptation to legislative changes

Современное законодательство в области строительства подвержено динамичным трансформациям, обусловленным необходимостью

адаптации к изменяющимся экономическим условиям, социальному ожиданию и устойчивому развитию. Эти изменения затрагивают различные

аспекты строительной отрасли, включая нормы градостроительного планирования, требования к безопасности и качеству строительных работ, процедуры получения разрешений, лицензий, проведения экспертиз.

Интеграция мониторинга законодательных изменений в стратегическое управление компанией позволяет своевременно адаптировать процесс управления, оптимизировать затраты на строительство и минимизировать риски.

Таким образом девелоперским компаниям необходимо разрабатывать и применять комплексные стратегии управления, что требует скоординированной работы юридического, технического и управленческого персонала, привлечение внешних экспертов и консультантов для обеспечения полного соответствия действующему законодательству.

Выделим наиболее значимые изменения в законодательстве:

1. Актуализированы требования к составу и ведению исполнительных документов:

Приказ Минстроя РФ от 16.05.2023 N 344/ПР «Об утверждении и введении в действие Требований к составу и порядку ведения исполнительной документации при строительстве, реконструкции, капитальном ремонте объектов капитального строительства» содержит изменения в правилах ведения документации, которые влияют на процесс подтверждения соответствия выполненных работ проектной документации и нормативным требованиям [4].

2. Актуализированы документы для застройщиков:

Постановление Правительства РФ от 25.12.2021 № 2490 «Об утверждении исчерпывающего перечня документов,

сведений, материалов, согласований, предусмотренных нормативными правовыми актами Российской Федерации и необходимых застройщику, техническому заказчику для выполнения предусмотренных частями 3 - 7 статьи 5.2 Градостроительного кодекса Российской Федерации мероприятий при реализации проекта по строительству объекта капитального строительства». Актуализация документов для проведения строительных работ является важным для обеспечения юридической ясности и снижения административных барьеров для застройщиков [5].

3. Постановление Правительства РФ от 04.04.2022 N 579 «Об установлении особенностей внесения изменений в проектную документацию и (или) результаты инженерных изысканий, получившие положительное заключение государственной экспертизы, в том числе в связи с замены строительных ресурсов на аналоги, особенностей и случаев проведения государственной экспертизы проектной документации» описывает внесение изменений в проектную документацию, а также результаты инженерных изысканий, получившие положительное заключение государственной экспертизы [6].

4. Введены переходные положения, которые касаются сроков окончания применения действующих норм.

Описанные выше изменения в законодательстве могут оказать существенное влияние на стратегию управления рисками инвестиционно-строительных проектов, а именно:

1. Оптимизирована процедура государственной экспертизы проектной документации, что позволит сократить сроки на этапе проектирования и более быстрому переходу к этапу строительства объекта;

2. Отсутствие необходимости прохождения повторной экспертизы, если изменения в проекте не приводят к увеличению сметной стоимости более, чем на 30% и не превышают 100 млн. рублей. Данное изменение позволяет более гибко управлять изменениями в проекте, которые возникают в процессе, без необходимости тратить время на повторное прохождение процедуры экспертизы [6, п. 1];

3. Необходимость прохождения повторной экспертизы, если замена стройматериалов на аналоги приводит к значительному увеличению сметной стоимости. При этом повторная экспертиза является бесплатной и проводится в течение 14 рабочих дней, что минимизирует риски задержек и непредвиденных расходов [8]. Если проведенная замена стройматериалов на аналоги увеличила стоимость в пределах 30%, повторная экспертиза не требуется [8];

4. Продление особенностей регулирования земельных отношений могут влиять на стратегию управления рисками из-за влияния на правовую определенность и стабильность в отношении использования земельных участков для строительства.

5. Требования к градостроительным регламентам может оказывать влияние на планирование ИСП, например в исторических поселениях, что требует учета дополнительных ограничений и стандартов [7].

В соответствии с Градостроительным кодексом РФ [1, ст. 47, п. 2; ст. 48, п. 4; ст. 52, п. 2] лица, осуществляющие капитальное строительство, разработку проектной документации, выполняющие инженерные изыскания, должны быть членами Саморегулирующей организации (СРО) [9, с. 76]. В общем случае

организации, которые не являются членами СРО, не могут осуществлять строительную деятельность и выполнять инженерные изыскания, однако 1 мая 2022 года [3 ст. 1, п. 4] вступил в силу закон, который позволяет подрядчикам проводить работы по договорам, стоимость которых не превышает 10 млн. руб. без членства СРО. Данный закон был принят в качестве мер поддержки малого бизнеса в условиях экономического кризиса и санкций. Помимо этого, данное упрощение поможет сэкономить денежные ресурсы при выборе подрядной организации для выполнения работ.

Рассмотрим риски, которые могут возникнуть при выборе земельного участка.

Основным документом, регулирующим отношения, связанные с использованием земельных участков и устанавливающим правила и порядок использования земельных, является Земельный кодекс РФ [2].

Неопределенность границ участка может приводить к спорам с владельцами соседних участков, что приводит к увеличению сроков реализации ИСП, увеличивает затраты на проект, делает невозможным получения разрешения на строительство, приводит к риску потери прав собственности на земельный участок.

Неопределенность границ участка может возникать в случае:

- неточности определения границ земельного участка;
- если земельный участок расположен на пересечении границ нескольких земельных участков;
- если границы земельного участка не были определены в соответствии с законодательством.

При неопределенности границ участка можно обратиться к кадастровому инженеру для составления межевого

плана, который будет содержать точные границы участка.

Различного рода градостроительные ограничения могут препятствовать использованию земельного участка по назначению. К ним относятся:

- ограничения по виду разрешенного использования;
- ограничения максимальной высоты зданий;
- ограничения, связанные с экологической обстановкой.

Невыполнение требований и ограничений землепользования и застройки, в соответствии с Градостроительным кодексом РФ, является основанием для отказа в выдаче разрешения на строительство [1, ст. 51, п. 3].

В соответствии с Градостроительным кодексом РФ [1, ст. 49, п. 1], на этапе проектирования в большинстве случаев при подготовке проектной документации необходимо проведение государственной экспертизы для подтверждения соответствия проектной документации нормативным документам, техническим регламентам, законодательству РФ в строительной сфере. Экспертиза проектной документации также влияет на процесс реализации проекта. Во время ее прохождения необходимо вносить изменения и устранять замечания, которые могут привести к увеличению сроков реализации проекта и стоимости работ [10, с. 88].

На данном этапе для минимизации рисков необходимо тщательное

соблюдение требований регламентов и нормативов, порядка прохождения экспертизы, прогнозирование и оперативное устранение замечаний, выявленные в ходе экспертизы.

Таким образом, для минимизации рисков при реализации ИСП необходимо учитывать изменения в законодательстве РФ. Стратегия управления рисками в сфере инвестиционного строительства должна быть комплексной и многоаспектной, которая учитывала бы максимально возможное количество факторов.

В качестве мер по снижению рисков необходимо применять следующие методы:

- Глубокое планирование и прогнозирование возможных изменений на этапах проекта для чего необходимо понимание всех аспектов проекта и потенциальных рисков, а также разработка планов действий в случае их возникновения;
- Следование и адаптация к изменениям в законодательстве, особенно в отношении градостроительных норм стандартов, что важно при работе на территориях с особыми условиями;
- Тщательный контроль за процессом получения всех необходимых разрешений и проведением экспертизы. Это включает в себя понимание новых процедур, сроков их выполнения и умение эффективно взаимодействовать с контролирующими органами;
- Мониторинг и оценка рисков в течение всего жизненного цикла ИСП позволит выявлять и снижать потенциальные угрозы.

Литература:

1. «Градостроительный кодекс Российской Федерации» от 29.12.2004 N 190-ФЗ // СПС КонсультантПлюс (Дата обращения: 09.01.2023);
2. «Земельный кодекс Российской Федерации» от 25.10.2001 N 136-ФЗ (с изм. и доп., вступ. в силу с 05.01.2024) // СПС КонсультантПлюс (Дата обращения: 09.01.2024);

3. Федеральный закон от 01.05.2022 N 124-ФЗ «О внесении изменений в Градостроительный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» // СПС КонсультантПлюс (Дата обращения: 26.12.2023);
4. Приказ Минстроя РФ от 16.05.2023 N 344/ПР «Об утверждении и введении в действие Требований к составу и порядку ведения исполнительной документации при строительстве, реконструкции, капитальном ремонте объектов капитального строительства» // СПС КонсультантПлюс (Дата обращения: 22.12.2023);
5. Постановление Правительства РФ от 25.12.2021 N 2490 (ред. от 30.04.2023) «Об утверждении исчерпывающего перечня документов, сведений, материалов, согласований, предусмотренных нормативными правовыми актами Российской Федерации и необходимых застройщику, техническому заказчику для выполнения предусмотренных частями 3 -7 статьи 5.2» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2023) // СПС Консультант Плюс (Дата обращения: 22.12.2023);
6. Постановление Правительства РФ от 04.04.2022 N 579 «Об установлении особенностей внесения изменений в проектную документацию и (или) результаты инженерных изысканий, получившие положительное заключение государственной экспертизы, в том числе в связи с замены строительных ресурсов на аналоги, особенностей и случаев проведения государственной экспертизы проектной документации» // СПС КонсультантПлюс (Дата обращения: 22.12.2023);
7. Приказ Минкультуры России от 30 10 2020 № 1295 (ред от 19 10 2022) «Об утверждении предмета охраны, границ территории и требований к градостроительным регламентам в границах территории исторического поселения федерального значения город Санкт Петербург» // СПС КонсультантПлюс(Дата обращения: 22.12.2023);
8. Правительство России официальный сайт: сайт. – URL: <http://government.ru/docs/45058/> (дата обращения: 26.01.2024);
9. Новеллы правового регулирования в сфере долевого строительства недвижимости / В.Г. Багаева, Н.Г. Айдарова // Кронос. – 2022. – Т. 6, № 8. – С. 74-77;
10. Строительные риски и возможности их минимизации / С.Н. Богачев, А.А. Школьников, Р.А. Розентул, Н.А. Климова // Academia. Архитектура и строительство. – 2015. – № 1. – С. 88-92.

Щуров Егор Сергеевич,

Аспирант АНО ВО «Российский новый университет»

e-mail: egorschurovs@yandex.ru

SPIN: 1593-1314

ORCID: 0009-0008-9807-2067

Научный руководитель:

Морозова Наталья Степановна,

д.э.н., профессор АНО ВО «Российский новый университет»

e-mail: sks@rosnou.ru

SPIN: 5293-6600

ORCID: 0000-0002-6491-363X

Международная логистика: проблемы, возможности, решения

Аннотация: В статье показано, что международная логистика является важной частью мировой экономики, и ее уровень развития напрямую влияет на международную торговлю и развитие мировой экономики. В настоящее время важность международной логистики в мировой экономике становится все более заметной. Тем не менее, международная логистика также сталкивается со многими проблемами, такими как прерывание цепочки поставок, чрезмерное время транспортировки и высокие затраты на логистику. Эти проблемы не только влияют на операционную эффективность предприятий, но и препятствуют развитию международной торговли. В статье рассмотрены международные логистические проблемы, описаны возможности и пути их эффективного решения.

Ключевые слова: логистика; экономика; политика; таможня; склад

Yan Fei

International logistics issues: challenges, opportunities and solutions

Annotation: The article shows that international logistics is an important part of the world economy, and its level of development directly affects international trade and the development of the world economy. Currently, the importance of international logistics in the global economy is becoming increasingly noticeable. However, international logistics also faces many challenges such as supply chain interruption, excessive transportation time, and high logistics costs. These problems not only affect the operational efficiency of enterprises, but also hinder the development of international trade. The article examines international logistics problems, describes the possibilities and ways to effectively solve them.

Keywords: logistics; economics; politics; customs; warehouse

Важность международной логистики в мировой экономике становится все более заметной. В условиях современных геополитических ограничений, связанных с многочисленными санкциями и военными действиями в ряде регионов мира, международная торговля и логистика существенно усложняются [5, с.31]. Они

сталкиваются со многими проблемами, которые оказывают негативное влияние на мировую экономику, в том числе такими, как прерывание цепочек поставок, чрезмерное время транспортировки и высокие затраты на логистику. Эти проблемы не только влияют на операционную эффективность предприятий, но и препятствуют

развитию международной торговли [4]. В настоящее время в связи с осложнением военной ситуации в районе Красного моря примерно 15% мировой торговли дестабилизировано, в частности, в той её части, которая шла через Красное море [8]. Актуальность статьи обусловлена тем, что необходимо проанализировать международные логистические проблемы, определить возможности их преодоления и предложить эффективные решения.

В научной литературе достаточно много работ посвящены изучению вопросов международной логистики и международной торговли. Следует отметить статьи Глинской М.В., Полежаева М.А., в которой изучается роль международной логистики в системе внешнеэкономической деятельности предприятия [1], Крылова И. А., описывающего современные проблемы международной логистики [2], Шириновой Ш.И., Морозовой О.В. [6], Mengyuan С., Gorbacheva А.К. [7] и других [3].

К актуальным проблемам международной логистики, возникшим в последнее время, относятся:

1. Прерывание цепочки поставок: из-за политических, экономических, стихийных бедствий и других факторов цепочки поставок международной логистики часто прерываются, в результате чего товары не прибывают в пункт назначения вовремя. Примером может служить ситуация с перевозками грузов через Суэцкий канал, грузопоток через который снизился на 40%, что связано с военным конфликтом в Красном море. Четыре из пяти крупнейших мировых контейнерных линий - CMA CGM, MSC, Maersk и Hapag-Lloyd - временно приостановили свое судоходство через Суэцкий канал [8]. Следует подчеркнуть, что через Красное

море шло около 30% мировых контейнерных перевозок. Кроме этого, увеличилась стоимость фрахта, а морской импорт в европейские страны стал ниже, чем во время пандемии. Ряд аналитиков отмечает, что Суэцкий и Панамский каналы теряют свое прежнее значение [8]. При этом военный конфликт в Красном море практически не отразился на стоимости транспортных расходов и сроках доставки грузов в Россию.

2. Время транспортировки грузов по многим направлениям резко увеличилось из-за изменения маршрутов и, соответственно, увеличения географического расстояния, а также изменения транспортной инфраструктуры. Например, увеличилось время прохождения таможенных процедур, таким образом, время транспортировки международной логистики возросло. Вместо прохода по Суэцкому каналу многие перевозчики выбирают альтернативный маршрут через мыс Доброй Надежды, что также увеличивает время груза в пути увеличивает примерно на 10 дней, а стоимость перевозки возрастает на 1 тысячу долларов.

3. Резко выросли затраты на логистику затраты, в том числе стали высокими транспортные расходы, затраты на рабочую силу, расходы на страхование и т. д., так что стоимость международной логистики стала очень высокой. К примеру, крупнейшие страховщики отказываются застраховывать суда, которые идут через Баб-эль-Мандебский пролив [9]. Эксперты говорят о вероятности роста стоимости страхования кораблей, следующих через Суэцкий канал.

Несмотря на многочисленные проблемы, с которыми сталкивается международная логистика, есть также много возможностей, позволяющих

снизить негативное влияние внешних факторов. Прежде всего, быстрое развитие электронной коммерции и трансграничной электронной коммерции непосредственно влияет на международную логистику. Кроме того, развитие науки и техники, таких как Интернет вещей, искусственный интеллект и большие данные, предоставляют новые инновационные решения для международной логистики. Наконец, рост зеленой логистики также открывает новые возможности для развития международной логистики.

Основными направлениями улучшения международной логистической системы являются следующие.

1. Укрепление, расширение и строительство логистической инфраструктуры: правительства и предприятия должны укреплять инфраструктуру международной логистики, такую как расширение портов.

2. Оптимизация логистических транспортных коридоров: сокращение времени транспортировки за счет оптимизации маршрута перевозки и внедрения мультимодальных перевозок. В то же время для оптимизации транспортных планов используются современные логистические технологии, такие как интеллектуальные алгоритмы.

3. Сокращение затрат на логистику за счет повышения эффективности, оптимизации распределения рабочей силы и внедрения новых технологий, таких как оборудование для автоматизации, распределение беспилотных летательных аппаратов и т. д.

4. Зеленая логистика: необходимо продвигать концепцию зеленой логистики и внедрять технологии защиты окружающей среды, такие как новые энергетические перевозки, зеленые

упаковки и т. д., для снижения воздействия на окружающую среду и улучшения чувства социальной ответственности предприятий.

5. Создание платформы для обмена информацией: необходимо осуществлять обмен логистической информацией в режиме реального времени и повышать эффективность логистики за счет создания международной платформы обмена логистической информацией.

6. Обучение талантам: следует усилить подготовку международного логистического кадрового потенциала и повысить качество практиков для удовлетворения потребностей в развитии международной логистики.

Международная логистика является важной частью мировой экономики, и ее уровень развития напрямую влияет на международную торговлю и развитие мировой экономики. Столкнувшись со многими проблемами в международной логистике, необходимо активно искать пути и возможности их преодоления и предлагать эффективные решения. Для этого необходимо укреплять строительство инфраструктуры, оптимизировать виды транспорта, снижать затраты, продвигать зеленую логистику, создавать платформу для обмена информацией и обучать таланты в сфере логистики. Таким образом, это наиболее важные направления решения проблем в международной логистике, использование возможностей, способствующих развитию международной логистики.

Однако решение международных логистических проблем не достигается в одночасье. Это требует совместных усилий всех сторон, включая правительство, предприятия, научно-исследовательские институты и общественность. Внедряя инновации,

можно преодолеть эти проблемы и достичь устойчивого развития международной логистики.

Литература:

1. Глинская М.В., Полежаев М.А. Международная логистика в системе внешнеэкономической деятельности предприятия// Индустриальная экономика. 2023. № 2. С. 158-162.
2. Крылов И. А. Международная логистика: проблемы, возможности, решения // Молодой ученый. — 2016. — № 13.1 (117.1). С. 60-63.
3. Логистика в современном мире. Проблемы и решения: материалы V Национ. мультитяз. науч.-практ. конф. с междунар. участием (Новосибирск, 18 мая 2022 г.); Сиб. гос. ун-т путей сообщения. – Новосибирск: Изд-во СГУПС, 2023. – 188 с.
4. Развитие предпринимательства: инновации, технологии, инвестиции. Монография (2-е издание). М., Дашков и К, 2021 - 352 с.
5. Реснянская Е.А. Международная торговля и логистика в России в условиях санкций: вызовы и возможности// Национальная Ассоциация Ученых. 2023. № 89-1. С. 31-33.
6. Ширинова Ш.И., Морозова О.В. Международная логистика: проблемы и перспективы// Логистические системы в глобальной экономике. 2023. № 13. С. 310-311.
7. Mengyuan C., Gorbacheva A.K. International logistics between china and Russia// Логистические системы в глобальной экономике. 2020. № 10. С. 28-30.
8. Аналитик рассказал, на сколько снизился грузопоток через Суэцкий канал. РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20240120/gruzopotok-1922465965.html> (дата обращения 22-01-2024).
9. Мировая транспортная логистика получила двойной удар. Русстрат. URL: <https://russtrat.ru/analytics/20-yanvar-2024-2130-12360> (дата обращения 22-01-2024).

Янь Фэй,

Аспирант АНО ВО «Российский новый университет»

e-mail: yanfei0512@mail.ru

ORCID: 0009-0006-8407-8236

Научный руководитель:

Морозов Михаил Анатольевич,

д.э.н., профессор АНО ВО «Российский новый университет»

e-mail: mmorozov@bk.ru

SPIN-код:7557-1585

ORCID:0000-0002-6693-9884

Организация как функция управления: отечественный и зарубежный опыт

Аннотация: Организация и управление – это сложный механизм, которому уделяется мало внимания в сфере здравоохранения. На протяжении более десяти лет идет реорганизация структур здравоохранения с внедрением новых технологий и новейшего оборудования. Таким образом изменяется взаимодействия и управление внутри сферы и без изменения подходов, реорганизация системы, а, следовательно, оказание качественной медицинской помощи невозможно. Целью статьи является рассмотрение организации здравоохранения как функции управления с акцентом на внутренние составляющие системы. Проведение сравнения российской организации с американской и японской должно показать слабые стороны отечественной организации для внедрения инновационных подходов в системе.

Ключевые слова: Организация; функция управления; управление в здравоохранении; реформа управления; зарубежный опыт управления

Polkovnikova O.A., Morozova N.S.

Organization as a management function: domestic and foreign experience

Annotation: Organization and management is a complex mechanism that receives little attention in the healthcare sector. For more than ten years, there has been a reorganization of healthcare structures with the introduction of new technologies and the latest equipment. Thus, interactions and management within the sphere change and without changing approaches, the reorganization of the system, and, consequently, the provision of high-quality medical care is impossible. The purpose of the article is to consider the organization of healthcare as a management function with an emphasis on the internal components of the system. Comparing the Russian organization with the American and Japanese should show the weaknesses of the domestic organization for the introduction of innovative approaches in the system.

Keywords: Organization; management function; healthcare management; management reform; foreign management experience

Одним из важнейших аспектов менеджмента является функция организации, которая охватывает комплексные аспекты и определяет

большую часть параметров предприятия в качестве социально-экономической системы [2].

Термин «организация» имеет

несколько значений: деятельность, то есть сам организационный процесс; результат деятельности, а именно система, которая позволяет организации слаженно работать на всех уровнях принятия решений; вид деятельности то, что определяет функционал персонала, в том числе административного для решения тех или иных задач. Обычно, под организацией подразумевается социально-экономическое учреждение, направленное на достижение определенных хозяйственных, коммерческих или некоммерческих целей [2]. Организация в сфере здравоохранения направлена на улучшение качества жизни пациентов и увеличение продолжительности жизни. В статье мы не будем конкретизировать и останавливаться на типологии организаций в сфере здравоохранения, так как рассматривая типологию сфер, например, фельдшерско-акушерские пункты, онкологические диспансеры или травматологические пункты, так как мы рассматриваем обобщенное понимание организации в здравоохранении. В общем случае, организация означает и упорядоченное состояние элементов системы, и процесс их упорядочения в целесообразное единство. Это значит, что какие бы ни были ответвления в системе здравоохранения, эти организации должны быть систематизированы между собой, а также иметь единую форму управления и преследовать пул задач, который неизменен для организационной структуры.

Поэтому, одной из основных функций организации в здравоохранении является создание условий для достижения поставленных целей. Условия должны способствовать достижению цели, но не нарушать права работников и пациентов, не приводить к кадровому дефициту, совершенствовать систему

обучения медицинского персонала, а в особенности – систематически улучшать качество оказания медицинской помощи, одной из основных целей организационной структуры здравоохранения. В состав функционала организации здравоохранения входят следующие компоненты:

- формирование организационной структуры, учитывая размер лечебного учреждения, штат, специализацию медицинского персонала, стратегию и профиль оказания медицинской помощи, высокотехнологичность проводимых мероприятий, в том числе персонал, не имеющий профильного медицинского образования, но участвующий в организационной структуре и имеющий свои задачи в зависимости от поставленных целей в данной организации и, конечно, другие факторы.

- установление конкретных параметров и режимов работы подразделений заключается в том, что систему здравоохранения можно сравнить с режимным предприятием, которое обязано работать двадцать четыре часа в сутки семь дней в неделю, в том числе и в режиме экстренной, неотложной помощи, не забывая о том, что система оказывает влияние и воздействие на лиц всех возрастов. Поэтому важна систематизация отношений между всеми организациями в системе здравоохранения.

- обеспечение ресурсами, такими как человеческие, финансовые, материальные и информационные.

Ресурс обеспечение является самым затратным пунктом, но и одним из самых ключевых. Без вливания достаточного количества ресурсов невозможно достижение цели организации здравоохранения. В большинстве случаев, здравоохранение является убыточным для государства.

Особенно это было заметно до появления частных организаций оказания медицинской помощи. В большинстве стран Запада организации здравоохранения перешли на систему страхования жизни и платное оказания медицинских услуг, в том числе и в экстренных случаях. Такая система организации производит вливание денежных средств в бюджет государства, но не выполняет одну из целей организации – оказание медицинской помощи. Таким образом, такая организация, даже может нарушать исконные цели и задачи, либо ориентируясь на такой подход просто переформатировать их.

В качестве функции управления организация должна обеспечить соответствие социально-экономической системе. Управление должно систематизировать работу сфер организации и всех ее составляющих для реализации поставленных задач перед запланированными целями. Особое внимание необходимо обратить на внешние условия деятельности организации, так она является самой интегрированной во все организации и сферы жизни государства, а потребителями и непосредственными участниками организации здравоохранения являются все граждане государства. Ф. В. Тейлор, А. Файоль, Г. Эмерсон, М. Вебер, М.Х. Маскон, Г. Минцберг были одними из первых основоположников научной организации труда и менеджмента, которые в том числе стали основой организации в здравоохранении.

Наиболее известным среди российских ученых является О.С. Виханский, И.Н. Герчикова, В.С. Кабаков. Безусловно, опираясь на труды современных авторов и акцентируя внимание на изменившиеся тенденции и

условия организации в сфере здравоохранения, исследование научных трудов по рассматриваемой проблематике показывают свою неоднозначность. Но беря во внимание появление таких инноваций, свойственных только организации в здравоохранении, как телемедицина, дистанционный консилиум административных ресурсов разных структур организации, внедрение VR систем и других инновационных тенденций, следует учитывать, что организация и подходы к ее построению и изменению будут видоизменяться в будущем и возможно, через годы, она будет совершенно иная чем есть на данный момент.

Рисунок 1 отражает различные взгляды на состав функции «организация».



Рисунок 1 - Точки зрения на состав функции «организация».

Понятие «организация» в научной литературе может иметь разные значения. Некоторые понимают организацию как нечто большее, чем понятие «менеджмент» и с этим можно согласиться, но в данной статье организация означает одну из функций управления. Когда мы говорим об организации, мы имеем в виду именно

организационную деятельность, призванную обеспечить достижение целей и реализацию программы организации, а также создать условия для стратегии работы и планирования. Ведь без этих составляющих именно организация в здравоохранении не может работать правильно и реализовывать поставленные задачи [3].

Основной целью организационной деятельности является создание управляющих и управляемых систем, которые четко и слаженно взаимодействуют между собой. Также необходимо создание связей системами. Они являются высокопоточными и необходимо четко понимать специфику пересечения структур для предотвращения хаоса и слаженной работы организации. Организация должна предоставить возможности для продуктивного сотрудничества ее человеческих ресурсов и соответствовать техническому прогрессу. При балансе

этих составляющих, организация может достичь максимальных результатов при минимальных затратах их совместной работы, так как в статье уже отмечено, что организация в здравоохранении чаще всего убыточная структура для государства, которая требует колоссальных финансовых вложений в разные направления для функционирования и достижения целей и выполнения задач.

На примере организации управления персоналом в учреждениях здравоохранения в качестве функции управления акцентируем внимание на отечественный и зарубежный опыт, также рассмотрим и на примере организации финансовой составляющей.

В таблице 1 представлены критерии организации управления персоналом в учреждениях здравоохранения по трем моделям – американской, японской и российской.

Таблица 1 - Критерии организации управления персоналом в американской, японской и российской моделях управления персоналом

Критерии деятельности организации	Концепция и подход в управлении персоналом		
	американская	японская	российская
Увольнение персонала	Сопровождается длительной серией оценочных и воспитательных приемов. Проходит в несколько этапов и имеет четкий временной критерий	Увольнение с предприятия является очень суровым наказанием и применяется как мера наказания и взыскания за проступок	Увольнение практически невозможно. Требуется привлечение инстанций и оценочных процедур
Мотивация	Преобладание денежных стимулов ввиду акцента на монетизацию организаций в сфере	Обусловлена возрастом и стажем, так как разработана мотивационная программа	Низкая, либо отсутствует. Нет идеологии и кредо. Игнорируются потребности персонала, а зачастую и

			потребителей услуг организации
--	--	--	-----------------------------------

Управление человеческими ресурсами в американской системе здравоохранения основано на принципах индивидуализма сотрудников, который имеет свои плюсы и минусы. Конкурс начинается с отбора претендентов. При приеме сотрудников на работу, исходят из профессиональной квалификации и уровня образования кандидата. Такой подход позволяет сформировать профессиональный штат, но блокирует прием на работу перспективного, но неопытного специалиста. В течение своей деятельности сотрудники проходят специальные курсы и тренинги как внутри, так и за пределами организации. Это позволяет не только повысить профессиональный уровень, но и предотвратить выгорание медицинских работников и набраться опыта у коллег. Заработная плата и премии определяются исходя из профессиональных успехов и производительности труда работника. Данный критерий зачастую считается субъективным, ведь медицина – это неточная наука и очень персонализированная, также нагрузка и продуктивность сотрудника очень вариативна в различных профилях организации. Сложно сравнивать работу медицинской сестры реанимационного отделения и патронажной медицинской сестры, так как у них совершенно разные функциональные обязанности и нагрузка как физическая, так и эмоциональная. Поэтому данный критерий должен быть четко проработан и ежегодно дорабатываться, и пересматриваться ввиду появления новых клинических исследований, научных подходов и внедрения современных технологий. Увольнение или добровольное

увольнение считается очень распространенным явлением на американском рынке труда. Как правило, считается нормой увольняться каждые пять лет или ротироваться в другую организацию. На российском же рынке труда более ценным, к сожалению, считается работа на одном месте длительное время более 5 и даже 10 лет. Американский рынок труда отличается высокой гибкостью и акцентируется внимание на опыте, а не записях в трудовой книжке. В целом работа в этой модели характеризуется четкой постановкой и достижением краткосрочных целей ввиду системы. В такой организации характерна цель - увеличение прибыли, курса акций частной организации и притока инвестиций в компанию или медицинское учреждение. То есть американская организация в здравоохранении в большинстве своем нацелена на заработок денег, а не улучшение качества оказания медицинской помощи и максимальная доступность гражданам.

Японская модель управления персоналом создана как связанная система в начале 1970-х годов, это отмечает российский исследователь Е.В. Молодякова. Японская модель управления славится своей долгосрочной стабильностью и гарантиями занятости сотрудников. Такая организация стала популярной во всем мире и стала основой в некоторых государствах. Организация выстроена таким образом, что у них есть направление для разработки высокотехнологичной продукции, что дает возможность для развития бизнеса внутри организации здравоохранения и выстраивания долгосрочных отношений

создавая две взаимозависимые организации. [5]

Российская организация в здравоохранении не имеет аналогов в мире, только в странах СНГ. Большим триггером являются неформальные отношения между работодателем и работником, зачастую в трудовом договоре прописанная должность не влияет на положение работника и в том числе на его заработную плату. Также стали все должны быть едины в своих мнениях и решениях - это необходимо для нахождения и поддержания согласия в организации. Зачастую используется термин «находиться в хорошей семье», поэтому независимо от профессионального статуса, опыта, специфики подразделений работник должен руководствоваться не профессиональными целями и задачами, а выстраиванием личных взаимоотношений с административными ресурсами в ущерб своей профессиональной деятельности. В среде организации неизбежно будет создано разделение на «своих» и «чужих» — в категорию «аутсайдеров» попадают сотрудники, работающие на постоянной основе в системе пожизненного найма, а работники, не работающие на постоянной основе, имеют привилегированную позицию. Другие люди, не имеющие отношения к организации вез каких-либо вариантов становятся «аутсайдерами», так как будут заложниками системы организации. Следует отметить, что российская модель организации управления персоналом в системе здравоохранения Российской Федерации является социокультурной. Основой создания российской модели управления в той сфере, где учитываются менталитет и культура российского народа, а также национальностей. Основными особенностями российской модели являются: агрегирование, экономическая

эффективность и социальная сплоченность. Так будет в организации, которая искоренила внутреннюю систему «свой-чужой» и делает акцент только на профессиональных навыках работника и достижении цели качества оказания медицинской помощи.

Учет этих особенностей в процессе создания российской модели управления, с одной стороны, интегрирует выводы мирового управленческого мышления, с другой стороны, позволяет обеспечить стране определенные конкурентные преимущества в условиях глобализации. Стоит отметить, что российская организация здравоохранения является социокультурной и не нацелена на заработок денег любой ценой. Все же наша организация ориентирована на потребности граждан и зачастую слишком мягкая к некоторым антипроявлениям к организации здравоохранения. Необходимо перенять некоторые системные критерии зарубежья для улучшения организации и системы здравоохранения, ведь задачи, которые вредят организации напрямую. Процессы модернизации в здравоохранении, повышение требований к качеству медицинских услуг и усиление конкуренции между медицинскими организациями, оценка и рационализация кадровой стратегии в организации требуют использования многих современных технологий, а также внедрения телемедицинских принципов взаимодействия. Для устранения кадрового голода необходимо использовать технологии временного труда, но в таком случае требуется разработка оценки профессиональных навыков в ускоренной объективной оценке.

На сегодняшний день в Российской Федерации актуальные задачи управления персоналом организаций в

здравоохранении с учетом современных условий – это оптимизация кадрового потенциала организации и его систематическое современное обучение, устранение социальной напряженности всех взаимодействующих лиц, а также предотвращение конфликтов внутри организации и на уровне взаимодействия всех структур. Обязательно требуется профессиональная и социальная поддержка сотрудников, так как организация в здравоохранение напрямую связана с социальной сферой. Необходимо уделить внимание на преодоление сопротивления для профессионального и карьерного роста, исключить привилегированное отношение, а также уделять внимание творческому подходу, это позволит развивать организацию как бизнес структуру и открыть путь к инновационным разработкам.

Поэтому теперь каждое медицинское учреждение, в том числе руководство медицинского учреждения, должно систематически обеспечивать соответствие оказания медицинских услуг должному качеству и предоставлять работникам организации все условия для этого. Для организации процесса и создания стандартов контроля

необходима четкая организационная и управленческая структура. Формируется структура для обеспечения надлежащего качества и количества медицинских услуг с учетом стандарта оказания медицинских услуг, утвержденного Минздравом. Следует помнить, что законодательной и основной целью является обеспечение права на получение необходимого объема и качества медицинской помощи в медицинской организации исходя из потребностей граждан в медицинской помощи. Также необходимо учитывать современный уровень развития медицинской науки и медицинских технологий и оперативно обновлять нормативные требования с учетом современных требований. [4]

Основной задачей административного ресурса является совершенствование подходов к медицинской практике и взаимодействию с гражданами – потребителями услуг организации здравоохранения. Важно понимать, что управление системой в основном осуществляется для предотвращения и выявления и несчастных случаев, а также уменьшения последствий для здоровья пациента из-за неправильной медицинской практики.

Литература:

1. Концепция эффективного предпринимательства в сфере новых решений, проектов и гипотез. Монография (3-е издание). М. – Дашков и К. - 2021. -641 с.
2. Развитие предпринимательства: инновации, технологии, инвестиции. Монография (2-е издание). М. – Дашков и К. - 2021. -352 с.
3. Смирнов Б.В. Функции управления социалистическим производством. М., Экономика. - 1977. – 141 с.
4. Толчёнова Е. А. Менеджмент организации в здравоохранении // Вестник РУДН. Серия: Медицина. 2009. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/menedzhment-organizatsii-v-zdravoohranenii> (дата обращения: 08.02.2024).
5. Япония второй половины XX века. Проблемы и судьбы / ред. Э.В. Молодякова. М.: Восточная литература РАН, 2003. – 248 с.

e-mail: ol.polkovnikova@mail.ru

SPIN: 8384-4932

ORCID: 0000-0002-7853-6054

Морозова Наталья Степановна,

д.э.н., профессор, АНО ВО «Российский новый университет»

e-mail: sks@rosnou.ru

SPIN: 5293-6600

ORCID:0000-0002-6491-363X

ОБЩЕУНИВЕРСИТЕТСКАЯ СЕКЦИЯ

УДК 34.03

Пещеров Г.И.

Экология в современном мире: проблемы и противоречия

Аннотация: Статья посвящена исследованию проблем экологии в современном мире, где на основе анализа статистических данных приводится состояние экологической ситуации в мире и возможный прогноз экологической ситуации на перспективу, составленный специалистами официальных международных организаций. По мнению автора, основная причина экологических бедствий на земле – это раздробленность человеческого общества на множество конкурирующих между собой государств, которые придерживаясь агрессивной политики по отношению друг к другу осуществляют гонку вооружений и, тем самым, создают всевозможные угрозы уничтожения человечества. Существующие природные катаклизмы, по мнению некоторых специалистов, это ответ природы на неумелые действия человека на земле, которые, как ни странно, увеличились в последние десятилетия на разных регионах планеты. Представляется, что даже с учетом природных угроз, необходимо, прежде всего, рационализация процесса организации жизнедеятельности на земле, где основной упор должен быть сделан на сближение государств мира и создание благоприятных условий окружающей среды для развития биоразнообразия планеты. Помимо унификации законодательства стран мира с целью регламентации жизнедеятельности населения, целесообразно главное усилие направить на воспитание в человеке любви к природе и бережного отношения к окружающей среде.

Ключевые слова: экология; политика государства; глобальные экологические проблемы; пищевые отходы; промышленные отходы; природные катаклизмы; единая экологическая политика

Peshcherov G.I.

Ecology in the modern world: problems and contradictions

Annotation: The article is devoted to the study of ecological problems in the modern world, where on the basis of the analysis of statistical data the state of ecological situation in the world and possible forecast of ecological situation in the future, made by specialists of official international organisations, are given. According to the author, the main cause of environmental disasters on earth is the fragmentation of human society into a multitude of competing states, which adhere to an aggressive policy towards each other carry out an arms race and thus create all sorts of threats to the destruction of humanity. The existing natural cataclysms, according to

some experts, are the answer of the nature to inept actions of the man on the earth, which, strange as it may seem, have increased in recent decades in different regions of the planet. It seems that even taking into account natural threats, it is necessary, first of all, to rationalise the process of organising life on earth, where the main emphasis should be placed on bringing the world's states closer together and creating favourable environmental conditions for the development of the planet's biodiversity. In addition to unification of the legislation of the countries of the world in order to regulate the life activities of the population, it is advisable to direct the main effort to the education of human love for nature and respect for the environment.

Keywords: *ecology; state policy; global environmental problems; food waste; industrial waste; natural disasters; unified environmental policy*

В настоящее время, когда активное развитие человеческого общества происходит стремительно и в геометрической прогрессии, можно с большой уверенностью утверждать, что глобальные экологические проблемы на планете связаны, прежде всего, с деятельностью человека. Тому есть вполне достоверные доказательства. Согласно отчету ООН, население планеты в 2020 году выбросило почти миллиард тонн пищевых отходов. По прогнозам Всемирного банка производство отходов на планете уже к 2050 году увеличится до 3 млрд. тонн. В данной ситуации необходимо согласование усилий и направлений деятельности стран мира по выработке единой экологической политики во всем мире. При этом, исторические документы подтверждают, что еще в древнем мире (Египте, Индии, Вавилоне, Китае, Риме, Греции и т.д.) люди задумывались о бережном обращении с окружающей природой. Созданная в рамках ООН программа ЮНЕП, деятельность Международного союза охраны природы и природных ресурсов, а также действующие международные акты (Женевская конвенция о трансграничном загрязнении воздуха на большие расстояния 1983 г., Хельсинский протокол о сокращении

выбросов серы и их трансграничных потоков 1987 г., Венская конвенция 1988 г., Монреальский протокол 1988 г. по веществам, разрушающим озоновый слой, Конвенция о биологическом разнообразии 1992 г. и др.), к сожалению, находят небольшую поддержку со стороны большинства государств мира, поскольку существуют весомые политико-экономические факторы, препятствующие выработке рациональной экологической политики в мире, а именно [1, 2]:

противоречия между государствами, в основе которых идеологические и национальные различия;

религиозная разобщенность народов, доходящая порой до вооруженных конфликтов, столкновений и войн;

экономическая конкуренция за природные ресурсы и за рынки сбыта промышленной продукции и многое другое.

Все эти противоречия не позволяют консолидировать усилия человечества для формирования рациональной экологической политики, обеспечивающей бережливое отношение к окружающей природе. Более того, гонка вооружений между государствами и

борьба за выживание в условиях все более обостряющейся конкуренции в современном мире еще больше способствуют, как побочному, так и целенаправленному загрязнению окружающей среды. Причина заключается, прежде всего, в агрессивном мышлении большинства политиков, которые возглавляют руководство отдельными странами мира.

В настоящее время в мире официально признан целый перечень глобальных экологических проблем, которые угрожают человечеству и природе в целом:

Глобальное потепление, приводящее к таянию ледников и изменению климата на планете, в том числе, из-за бесконтрольной промышленной деятельности человека;

Разрушение озонового слоя, приводящее к угрозе существования человечества в целом, в том числе, из-за бесконтрольной деятельности человека на земле;

Загрязнение мирового океана, приводящее к сокращению популяций многих морских организмов – из-за бесконтрольной деятельности человека;

Загрязнение воздуха, непосредственно угрожающее всему человечеству - из-за бесконтрольной деятельности человека;

Недостаток питьевой воды – из-за нерациональной организации жизни на планете;

Уничтожение тропических лесов – из-за нерационального управления жизнедеятельностью человеческого общества;

Опустынивание земельных площадей - из-за нерационального управления жизнедеятельностью человеческого общества;

Уменьшение биоразнообразия - из-за нерационального управления

жизнедеятельностью человеческого общества;

Истощение природных ресурсов - из-за нерационального управления процессом использования природных ресурсов в человеческом обществе;

Ядерная угроза - из-за нерационального управления жизнедеятельностью человеческого общества;

Химическая угроза - из-за нерационального управления жизнедеятельностью человеческого общества;

Бактериологическая угроза - из-за нерационального управления жизнедеятельностью человеческого общества;

Перенаселение и др.

Причиной вышеперечисленных угроз являются, как неграмотная организация жизнедеятельности населения, существующая ненависть между государствами и народами, так и угрозы техногенного характера, связанные с ошибками, допущенными в производственных процессах.

В то же время, существует перечень не менее опасных угроз природного характера, наиболее опасными из которых являются:

Извержения вулканов, последствия которых наиболее катастрофичны, как для человечества, так и для природы в целом;

Землетрясения, количество которых в последние годы увеличивается (в 2019 году – 3 землетрясения, в 2020 году – 7 землетрясений, в 2021 году – 5 землетрясений);

Цунами (в 2021 году 2 случая) и др.

В свете современных взглядов на происходящие процессы на земле, нельзя исключать мнения некоторых ученых, утверждающих, что подобным образом земля отвечает человеку на его неразумные действия с природой. При

всей парадоксальности происходящих событий последних лет в мире, все же, на мой взгляд, целесообразнее прийти к мысли, что организуя жизнь на земле необходимо соблюдать существующий в природе баланс.

Издравле природные и экологические проблемы периодически вынуждали народы к миграции, уничтожая города и государственные образования (Вавилон, Индия, Китай и др.). Однако, противоречия между государствами и неудержимая гонка вооружений не дают возможности для формирования в мире единой экологической политики, обеспечивающей сохранение окружающей среды. Порой, выработке рациональной экологической политики государства мешают внешнеполитические и экономические факторы. Как не парадоксально, но именно в развитых в экономическом отношении государствах, прежде всего, катастрофическая экологическая ситуация (из-за загрязняющейся атмосферы и почвы в Китае высокая смертность населения, экологические проблемы в США являются одной из главных проблем в настоящее время, загрязнение воздуха и воды в Германии стали главной экологической проблемой последних лет и т.д.). Десятку самых загрязненных стран по статистике составляют Монголия, Мьянма, Афганистан, Бангладеш, Ливан, Нигерия, Вьетнам, Египет, Непал и Монако [3, 4].

Еще одной, на мой взгляд, наиболее опасной тенденцией в мире является утилизация развитыми странами мира отходов на территории других слаборазвитых стран. В результате вывоза мусора в другие страны загрязняется не только окружающая среда, но и болеют и умирают, живущие рядом люди, порой, даже не подозревая, что вываленный

бесконтрольно мусор смертельно опасен для здоровья людей. Несмотря на существующие юридические запреты (Базельская конвенция по контролю за трансграничной перевозкой опасных отходов и др.) многие страны вывозят отходы в зарубежные страны (Великобритания за 5 лет с 2012 года отправила в Китай и Гонконг 2,7 млн. кубометров отработанного пластика, из США в Китай в 2016 году было вывезено 70% бумажных и 40% пластиковых отходов, Великобритания в 2016 году вывезла за рубеж 790 тыс. тонн пластикового мусора, Германия в 2016 году вывезла в Китай 850 тыс. тонн пластиковых отходов). Причем, Китай превратил мусор в сырье для развития собственной экономики в ущерб здоровью населения страны [5, 6].

Не лучшим образом обстоят дела и в России. Экологическая ситуация резко осложнилась с развалом СССР, когда прекратили функционирование около 500 заводов переработки мусора. В настоящее время основными причинами экологических проблем являются промышленные отходы, неконтролируемая вырубка лесов, катастрофическое увеличение отходов, участвовавшие пожары и многое другое. По данным Роспотребнадзора по уровню загрязнения воздуха в России выделяются 12 самых грязных в экологическом отношении городов, среди которых Челябинск, Нижний Тагил, Магнитогорск, Норильск, Новокузнецк, Омск, Красноярск, Череповец, Липецк, Братск, Чита и Медногорск. При этом, необходимо отметить, что проблемы с экологией существуют и в остальных городах России. Природоохранное законодательство России включает в себя Федеральный закон №7-ФЗ «Об охране окружающей среды» от 10 января 2002 года и другие законодательные акты

комплексного правового регулирования. Тем не менее, многими специалистами отмечается несовершенство законодательства в сфере экологии и необходимость разработки более рациональных актов, отвечающих велениям времени. Огромный импульс в развитии, как законодательства в сфере экологии, так и экологических механизмов на производстве придает проводимый ежегодно в России Форум «Экология», где специалисты из разных регионов и из разных отраслей производства предлагают рациональные предложения по улучшению экологии страны. По мнению специалистов, в современной России необходимо:

уменьшить использование пластика при производстве продуктов пищевой промышленности. Считается целесообразным переход на возвратную стеклянную, деревянную и картонную тару по многолетнему опыту СССР, что могло бы значительно снизить загрязнение пластиком почвы и водных ресурсов страны;

ужесточить ответственность промышленных предприятий за загрязнение атмосферы, почвы и водных ресурсов в прилегающих территориях. При этом целесообразно исключить штрафные санкции, поскольку в результате штрафов, бюджетные деньги

просто перетекают с одного счета на другой. Представляется, что необходимо ввести уголовную ответственность за допущенные нарушения;

увеличить строительство мусороперерабатывающих заводов полного цикла. В перспективе исключить захоронение, как бытовых, так и производственных отходов, оказывающих непоправимый вред окружающей среде;

выработать законодательные акты, регулирующие, как процесс воспроизводства населения, так и процесс захоронения останков умерших, отдавая предпочтение кремации во избежание распространения всевозможных инфекций;

унификация законодательных актов государств в сфере экологии и выработка международной законодательной базы в сфере экологии и охраны окружающей среды.

Очевидно, что происходящие экологические угрозы, прежде всего, результат неразумного действия человека, не только по отношению к природе, но и к самому себе. Представляется, что наиболее рациональным направлением в этой области является воспитание в каждом человеке от рождения и до самой старости любви к природе и бережливого отношения к окружающей среде.

Литература:

1. Бурко Р.А. Экологические проблемы современного общества и их пути решения. Молодой ученый, №11(58). 2013. С. 237-238.
2. ГОСТ 17.0.0.01-76. Система стандартов в области охраны природы и улучшения использования природных ресурсов. Основные положения (СТ СЭВ 1364-78).
3. Кочуров Б.И. География экологических ситуаций (экодиагностика территорий). -М.: ИГ РАН. 1997. С. 141-145.
4. Мочалова Л.А., Гриненко Д.А., Юрак В.В. Система обращения с твердыми коммунальными отходами: зарубежный и отечественный опыт. Известия УГГУ. Вып. 3(47). 2017. С. 97-191.
5. Пятый национальный доклад «Сохранение биоразнообразия в Российской Федерации». -М.: Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации. 2015. С. 91-100.

6. Саранкина Ю.А. Глобальные экологические проблемы современности: характеристика и основные направления преодоления. Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И.Вернадского. Юридические науки, №3. Т.3(69). 2017. С. 193-199.

Пещеров Георгий Иванович,

д.в.н., профессор, академик АБН, профессор кафедры основ математики и информатики

e-mail: georgiy-p@yandex.ru

SPIN: 1297-9120

ORCID: 0000-0003-4363-054X

Лидирующие по смертности заболевания и загрязнение биосферы

Аннотация: выполнена оценка связи заболеваемости населения злокачественными новообразованиями и количеством автомобильного транспорта (с двигателями внутреннего сгорания). Показана зависимость смертности от указанного заболевания от количества единиц автотранспорта. Также показана связь (зависимость) смертности от болезней системы кровообращения и количества автотранспорта. Приведены значения оценочных параметров для полученных корреляционных зависимостей.

Ключевые слова: автотранспорт; болезни системы кровообращения; заболеваемость; злокачественные новообразования; корреляция; сердечно-сосудистые заболевания; смертность

Pikulin Yu.G.

Leading diseases and pollution of the biosphere in terms of mortality

Annotation: an assessment was made of the relationship between the incidence of malignant neoplasms and the number of motor vehicles (with internal combustion engines). The dependence of mortality from this disease on the number of vehicles is presented. The relationship (dependence) of mortality from diseases of the circulatory system and the number of vehicles is also shown. The values of the estimated parameters for the obtained correlations are given.

Keywords: morbidity; mortality; malignant neoplasms; cardiovascular diseases; diseases of the circulatory system; motor transport; correlation

Экология человека рассматривает взаимодействие людей между собой и с окружающей средой, а также влияние процессов в биосфере на здоровье человека. Влияние среды на человека обоюдное. В частности, среда может являться источником угрозы безопасной жизнедеятельности человека.

При безразличном или негативном отношении человека к поддержанию достаточного качества окружающей среды, обратное влияние приобретает негативный характер. Если начинает превалировать обратный процесс, то это в первую очередь негативно сказывается на его здоровье.

В настоящее время в России по заболеваемости и по смертности сердечно-сосудистые заболевания (болезни системы кровообращения) занимают первое место. Им уступают злокачественные новообразования, а третье и четвертое места занимают травмы и отравления, а также неврологические заболевания, соответственно [2, 3, 17].

Анализируя причины последних двух видов заболеваний, можно отметить, что они, очевидно, не будут зависеть от загрязнения окружающей среды.

Относительно причин злокачественных новообразований

следует привести следующие соображения. При рассмотрении причин онкологических заболеваний в публикациях, как правило, указываются четыре основных: непосредственно среда обитания, приоритеты в питании, загрязнение окружающей среды, а также генетика [19, 21]. Анализируя указанные причины, можно сделать вывод, что загрязнение биосферы может негативно влиять не только на среду обитания, но и на качество продуктов питания: загрязняющие вещества с осадками поступают в почву, откуда с водой всасываются растениями. Поэтому такие продукты наверняка в своём составе имеют вредные вещества. В свою очередь мутагенные изменения, происходящие в организме человека по вине попавших так или иначе загрязнений, могут передаваться по наследству. Таким образом, можно сделать вывод о негативном влиянии загрязнений окружающей среды на канцерогенез по всем указанным направлениям: загрязнения из окружающей среды могут поступать в организм человека через органы дыхания, либо перорально. Проникновением вредных веществ в организм человека через поверхность кожи человека, по всей видимости, можно пренебречь ввиду его малозначимости.

В статье «Онкология» автор указывает в качестве причин: вредные привычки и химическую зависимость, неправильное питание, старение, наследственность, вирусы, ионизирующие излучения, негативную экологическую обстановку, предраковые заболевания.

Вредные привычки и химической зависимостью можно отнести к варианту неправильного питания, поскольку пути проникновения вредных веществ и продуктов питания, как правило, одни и те же.

Старение организма, в том числе напрямую связано с режимом питания. Можно предположить, что из-за дефицита определённых веществ и соответствующих аминокислот в рационе питания происходит старение клеток организма, их деградация, сокращение в размерах и уменьшение их количества в связи с ускоряющимся некрозом из-за дефицита необходимых питательных веществ.

Международный институт рака [18] признал ионизирующие излучения способствующими злокачественным образованиям. Но здесь надо отметить, что определённые виды злокачественных новообразований могут быть излечимы именно при помощи применения целенаправленного местного облучения.

Если говорить о предраковых заболеваниях, сейчас просто ограничимся замечанием, что, если рак был бы основан на делении клеток, то значительное количество вирусов и микробов человека-«хозяина», которых в его организме достаточно, не позволило бы раку столь быстро (от нескольких месяцев до года) оккупировать организм человека и привести его к летальному исходу.

Известно [1], что основными источниками загрязнений являются предприятия теплоэнергетического комплекса и автотранспорт. Причём в мегаполисах преобладающим является автотранспорт [1], а предприятия теплоэнергетического комплекса перемещаются на второе место.

Учитывая, что попадающая в организм вода поступает из биосферы в составе других веществ и в том числе с растворёнными в ней различными вредными практически в каждую клетку организма, можно сделать вывод о работе клеток организма в качестве молекулярного сита: лёгкие и короткие молекулы проходят, т.е. присутствует так

называемый процесс инфильтрации, а тяжёлые и с разветвлённой структурой в какой-то момент времени могут застрять в той или иной клетке – вероятность этого пропорциональна количеству клеток и количеству молекул вредных веществ, поступивших в организм. Таким образом канцерогенез связан непосредственно с количеством тяжёлых, разветвлённых или длинных молекул вредных веществ, поступающих в организм. Очевидно, некоторые из канцерогенов обладают кумулятивным действием, что ускоряет «засорение» клеток. Движение лимфы по клеткам организма происходит по случайным направлениям, что аналогичным образом влияет на локализацию тяжёлых и разветвлённых молекул в начале этого негативного процесса в лимфоузлах. Увеличение лимфоузлов – симптом, аналогичный ранее упомянутым предраковым заболеваниям.

При усугублении конкретной ситуации локализация происходит в каком-либо узком месте и постепенно увеличивается забивание клеток загрязнениями из состава вредных веществ, поступивших в организм. Это наращивание, происходящее от места локализации по различным направлениям, и даёт, по всей видимости, так называемые метастазы, разрастание

которых способствует прекращению снабжения живых клеток и приводит к их апоптозу.

Приняв предварительно гипотезу о связи количества злокачественных новообразований с загрязнением биосферы попробуем оценить количественно эту зависимость. Но по отдельным видам загрязнения биосферы подразделить практически невозможно. Выше упоминалось, что основное загрязнение биосферы в мегаполисах связано с автомобильным транспортом, поэтому пробуем получить для мегаполиса зависимость заболеваемости от количества автотранспорта. Заболеваемость будем учитывать общую («оба пола» – и мужчины, и женщины) интегрально по всем нозологическим формам. Количество автомобилей также будем использовать в абсолютных цифрах. Для упрощения нахождения данных исходные показатели использовали для трёх городов федерального значения: Москва, Санкт-Петербург и Севастополь. Временной период был рассмотрен – десять лет: с 2008 по 2019 г. [5-16]. Полученная зависимость представлена на рис. 1, по которой можно видеть её линейный характер со значительной величиной коэффициента корреляции – $R = 0,979$.

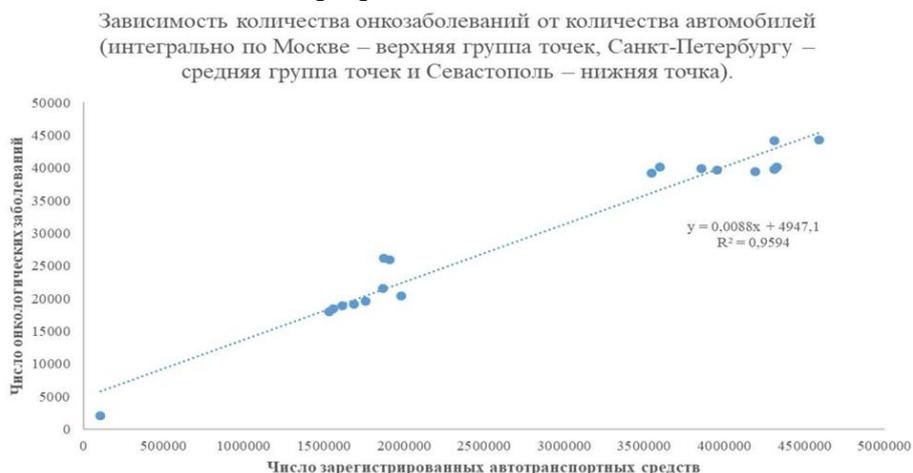


Рис. 1. Зависимость количества онкозаболеваний от количества автомобилей

(обработка данных Я.О. Заикин, Ю.Г. Пикулин [4]).

Затем была предпринята аналогичная попытка обработки данных для некоторых городов мира: Нью-Йорк – как один из крупнейших мегаполисов [23] – на другом континенте и практически в два раза большим количеством автомобилей по сравнению с Москвой, а также для немецких городов Берлин и Гамбург (Германия) – как представителей самого промышленно развитого государства Западной Европы [22]. На рис. 2 представлены результаты обработки данных для упомянутых

городов, коэффициент корреляции составил $R = 0,973$.

В дальнейшем, для того чтобы выйти на основные показатели – а это именно смертность от конкретных заболеваний рассмотрели именно зависимость смертности от заболевания от общего количества автомобилей. Это было сделано в том числе из-за того, что смертность в 1,5–2 раза меньше заболеваемости, что связано, в свою очередь, с излечением большего количества пациентов (заболевших).

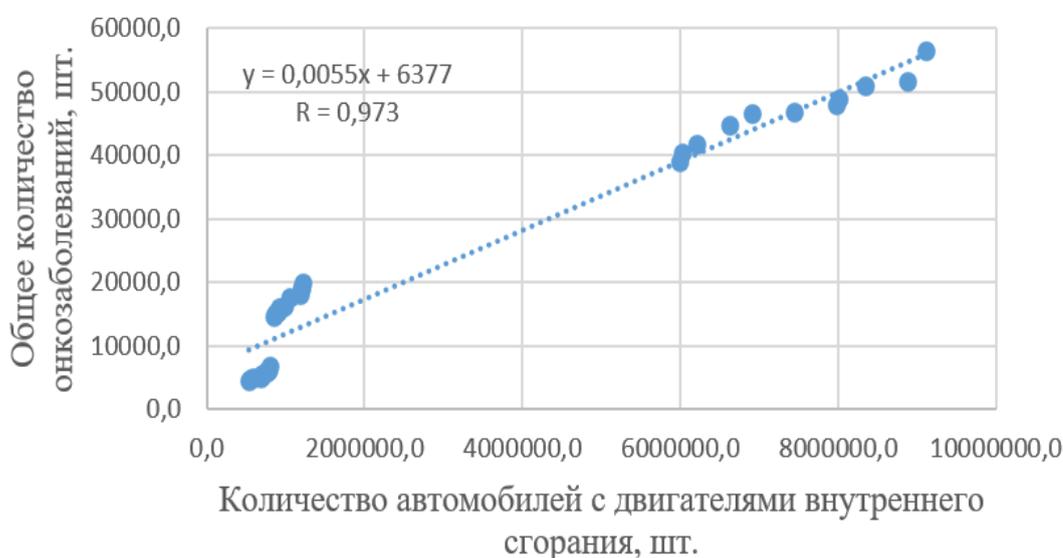


Рис. 2. Зависимость общего количества онкозаболеваний от количества автомобилей в Гамбурге, Берлине и Нью-Йорке, – в сторону увеличения (обработка данных А.В. Ермилов, Ю.Г. Пикулин [20]).

По аналогии проведена оценка смертности для лидирующей в России группы заболеваний по этому показателю – болезни системы кровообращения. Причём для несколько других городов России, два из которых невозможно было учесть: Москва и Санкт-Петербург. Результат аппроксимации также показал высокое значение коэффициента корреляции линейной зависимости – $R = 0,982$.

Проверка адекватности модели проводилась для больших чисел при 10-

кратной экстраполяции – на общее количество населения России.

При расчёте по данным для Российской Федерации на 01.01.2020 г. (для исключения влияния последствий заболеваемости населения России Ковид-19) по общему количеству зарегистрированного автотранспорта (56,7 млн единиц), включая автобусы и грузовые автомобили [24, 25, 27] получены следующие показатели смертности:

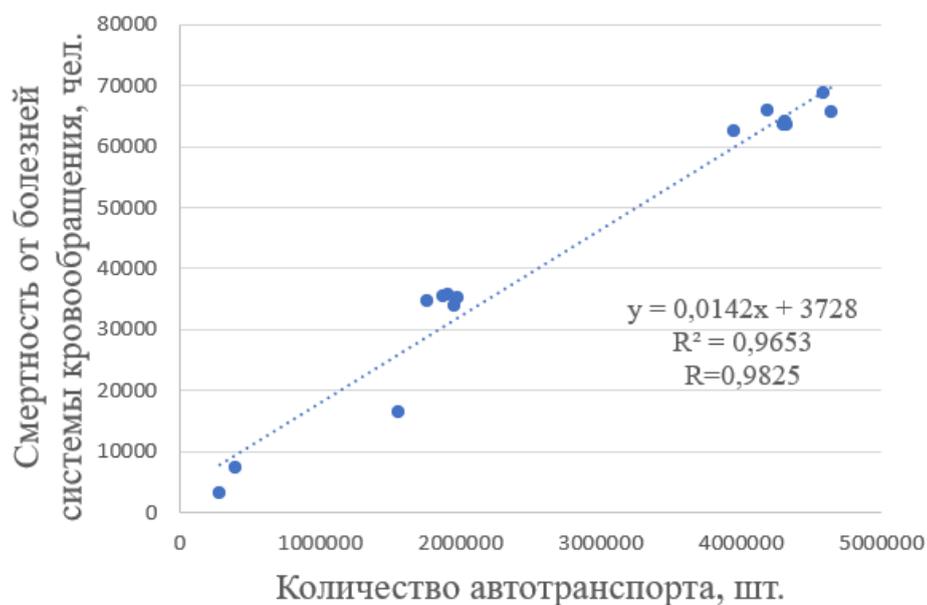


Рис. 3. Влияние количества автотранспорта на смертность от болезней системы кровообращения: вверху данные для Москвы, в середине – для Санкт-Петербурга, самая нижняя точка – для Красноярска, а над ней – для Самары).

по злокачественным новообразованиям 282163, которая отличается от действительной величины (294400 – [16]) на 4,16 %;

- по БСК – 808868 человек – значение, отличающееся от фактического 904055 [3] на 11,7 %.

Таким образом можно отметить, что прогноз даёт несколько заниженные результаты.

Анализ результатов проведённых исследований позволяет сформулировать следующие выводы.

1. Сформулирован предварительный вывод о возможной связи заболеваемости и смертности населения Российской Федерации в результате сердечно-сосудистых заболеваний (ССЗ) и злокачественных новообразований от количества автомобильного транспорта.

2. В результате обработки статистических данных получены корреляционные зависимости смертности населения при злокачественных

новообразованиях и ССЗ от численности автомобильного транспорта в отдельных городах, выполнена оценка полученных параметров регрессионных уравнений и погрешности прогнозирования.

3. Проверка адекватности полученной математической модели при большом значении исходного параметра, на порядок большем максимального значения при получении корреляционного уравнения, показала её полную работоспособность.

4. Полученную математическую модель рекомендуется применять при разработке планов развития автотранспортной отрасли, а также различных рекомендаций по снижению негативного влияния автомобильного транспорта с ДВС не только в качестве объекта приложения профессиональных знаний и умений человека, но и негативного влияния загрязнения биосферы самим автомобильным транспортом на здоровье человека и его потомства.

Литература:

1. Автомобили загрязняют воздух в городах больше, чем предприятия. А.Ю. Попова [Электронный ресурс] // За рулём. – 2017. URL: <https://www.zr.ru/content/news/905164-vykhlopy-mashin-zagryaznyayut-vozdhu/> (16.01.2024).
2. В России онкозаболевания занимают второе место среди причин смертности [Электронный ресурс] // Российская газета. – URL: <https://rg.ru/2021/11/18/v-rossii-onkozabolevaniia-zanimaiut-vtoroe-mesto-sredi-prichin-smertnosti.html> (16.01.2024).
3. Глущенко В. А., Иркиенко Е. К. Сердечно-сосудистая заболеваемость – одна из важнейших проблем здравоохранения [Электронный ресурс] // Медицина и организация здравоохранения т. 4 № 1, 2019. – С. 56-63.
4. Заикин Я.О., Пикулин Ю.Г. Анализ загрязнения атмосферы мегаполиса автотранспортом. В сборнике: Актуальные направления научных исследований: перспективы развития. Сборник материалов V Международной научно-практической конференции. Чебоксары: ООО ЦНС «Интерактив плюс», 2018. С. 204-205.
5. Злокачественные новообразования в России в 2008 году (заболеваемость и смертность) / Под ред. В.И. Чиссова, В.В. Старинского, Г.В. Петровой. – М.: ФГУ «МНИОИ им. П.А. Герцена Росмедтехнологий», 2010. – 256 с.
6. Злокачественные новообразования в России в 2009 году (заболеваемость и смертность) / Под ред. В.И. Чиссова, В.В. Старинского, Г.В. Петровой. – М.: ФГУ «МНИОИ им. П.А. Герцена» Минздравсоцразвития России, 2011. – 260 с.
7. Злокачественные новообразования в России в 2010 году (заболеваемость и смертность) / Под ред. В.И. Чиссова, В.В. Старинского, Г.В. Петровой. – М.: ФГУ «МНИОИ им. П.А. Герцена» Минздравсоцразвития России, 2012. – 260 с.
8. Злокачественные новообразования в России в 2011 году (заболеваемость и смертность) / Под ред. В.И. Чиссова, В.В. Старинского, Г.В. Петровой. – М.: ФГУ «МНИОИ им. П.А. Герцена» Минздравсоцразвития России, 2013. – 289 с.
9. Злокачественные новообразования в России в 2012 году (заболеваемость и смертность) / Под ред. А.Д. Каприна, В.В. Старинского, Г.В. Петровой. – М.: МНИОИ им. П.А. Герцена – филиал ФГБУ «НМИЦ радиологии» Минздрава России, 2014. – 250 с.
10. Злокачественные новообразования в России в 2013 году (заболеваемость и смертность) / Под ред. А.Д. Каприна, В.В. Старинского, Г.В. Петровой. – М.: МНИОИ им. П.А. Герцена – филиал ФГБУ «ФМИЦ им. П.А. Герцена» Минздрава России, 2015. – 250 с.
11. Злокачественные новообразования в России в 2014 году (заболеваемость и смертность) / Под ред. А.Д. Каприна, В.В. Старинского, Г.В. Петровой. – М.: МНИОИ им. П.А. Герцена – филиал ФГБУ «НМИЦ радиологии» Минздрава России, 2016. – 250 с.
12. Злокачественные новообразования в России в 2015 году (заболеваемость и смертность) / Под ред. А.Д. Каприна, В.В. Старинского, Г.В. Петровой. – М.: МНИОИ им. П.А. Герцена – филиал ФГБУ «НМИЦ радиологии» Минздрава России, 2017. – 250 с.
13. Злокачественные новообразования в России в 2016 году (заболеваемость и смертность) / Под ред. А.Д. Каприна, В.В. Старинского, Г.В. Петровой. – М.: МНИОИ им. П.А. Герцена – филиал ФГБУ «НМИЦ радиологии» Минздрава России, 2018. – 250 с.
14. Злокачественные новообразования в России в 2017 году (заболеваемость и смертность) / Под ред. А.Д. Каприна, В.В. Старинского, Г.В. Петровой. – М.:

- МНИОИ им. П.А. Герцена – филиал ФГБУ «НМИЦ радиологии» Минздрава России, 2018. – 250 с.
15. Злокачественные новообразования в России в 2018 году (заболеваемость и смертность) / Под ред. А.Д. Каприна, В.В. Старинского, Г.В. Петровой. – М.: МНИОИ им. П.А. Герцена – филиал ФГБУ «НМИЦ радиологии» Минздрава России, 2019. – 250 с.
 16. Злокачественные новообразования в России в 2019 году (заболеваемость и смертность) / Под ред. А.Д. Каприна, В.В. Старинского, А.О. Шахзадовой М.: МНИОИ им. П.А. Герцена филиал ФГБУ «НМИЦ радиологии» Минздрава России, 2020. – 252 с.
 17. Макимбетов Э.К., Салихар Р.И., Туманбаев А.М., Токтаналиева А.Н., Керимов А.Д. Эпидемиология рака в мире [Электронный ресурс] // Современные проблемы науки и образования. – 2020. – № 2; URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=29718> (16.01.2024).
 18. Монографии МАИР по выявлению канцерогенной опасности для человека [Электронный ресурс]. URL: <https://publications.iarc.fr/Book-And-Report-Series/Iarc-Monographs-On-The-Identification-Of-Carcinogenic-Hazards-To-Humans> (16.01.2024).
 19. Онкология: причины возникновения рака [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.karsuncrb.ru/news/237-290519> (08.02.2022).
 20. Оценка экологического риска загрязнения городской среды автотранспортом. Ермилов А.В., Пикулин Ю.Г. // В сборнике: Новое слово в науке: стратегия развития. Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Чебоксары: ООО «ЦНС «Интерактив плюс», 2021. – С.112-114.
 21. Причины заболевания раком [Электронный ресурс]. URL: <https://www.oncology-centr.ru/patients/articles/prichiny-raka/> (08.02.2022).
 22. Специально уполномоченная организация Kraftfahrt-Bundesamt офиц. сайт. – 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kba.de/DE/Statistik/Produktkatalog/produkte/Fahrzeuge/fz1/> (25.04.2021)
 23. Специально уполномоченная организация New York State Department of State офиц. сайт. [Электронный ресурс], 2021. URL: <https://www.dos.ny.gov/> (25.04.2021)
 24. Статистика: Автомобилизация России [Электронный ресурс]. – URL: https://ruxpert.ru/Статистика:Автомобилизация_России (16.01.2024)
 25. Транспорт России. Информационно-статистический бюллетень. Январь-декабрь 2019 года [Электронный ресурс]. – URL: <https://mintrans.gov.ru/ministry/results/180/documents> (16.01.2024)
 26. Федеральная служба государственной статистики: база данных [Электронный ресурс], 2021. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (16.01.2024)
 27. Эксперты назвали число автомобилей в России [Электронный ресурс]. – URL: <https://iz.ru/978962/2020-02-21/eksperty-nazvali-chislo-avtomobilei-v-rossii> (16.01.2024)

Пикулин Юрий Георгиевич,

к.т.н., доцент, доцент кафедры основ математики и информатики АНО ВО «Российский новый университет»

e-mail: pikuliny@mail.ru

SPIN: 9997-5746

ORCID: 0000-0003-0099-1265

Мониторинг транспортных средств и экология

***Аннотация:** Мониторинг транспортных средств: личного и общественного транспорта, бизнес-перевозчиков прочно вошел в повседневную жизнь и является необходимым звеном для оптимизации грузовых и пассажироперевозок в нашей стране и в мире в целом. Данные о скорости автомобиля, его пробеге позволяют оптимизировать работу техники, используются в страховых компаниях для вычисления страховых премий, позволяют оценивать нагрузку на автомобильные трассы. Другим направлением уменьшения расходов топлива является поддержание оптимальных скоростных режимов на дорогах. Темой данной статьи является исследование ситуации, как рациональное построение маршрутов грузового транспорта с помощью цифровых технологий и оптимизация скоростных режимов в городе уменьшают потребление топлива, а это опосредованно влияет и на общую экологическую ситуацию в городских агломератах.*

***Ключевые слова:** грузоперевозки; оптимизация расхода топлива; мониторинг транспорта; экологический ущерб; выхлопные газы*

Pashchenko V.P., Smolina S.G.

Vehicle monitoring improves and the environment

***Annotation:** Monitoring of vehicles: personal and public transport, business carriers has become firmly established in everyday life and is a necessary link for optimizing freight and passenger transportation in our country and in the world as a whole. Data on the speed of the car and its mileage allow you to optimize the operation of equipment, are used in insurance companies to calculate insurance premiums, and allow you to assess the load on highways. Another way to reduce fuel consumption is to maintain optimal speed conditions on the roads. The topic of this article is to study the situation of how rational construction of freight transport routes using digital technologies and optimization of speed limits in the city reduce fuel consumption, and this indirectly affects the overall environmental situation in urban agglomerations.*

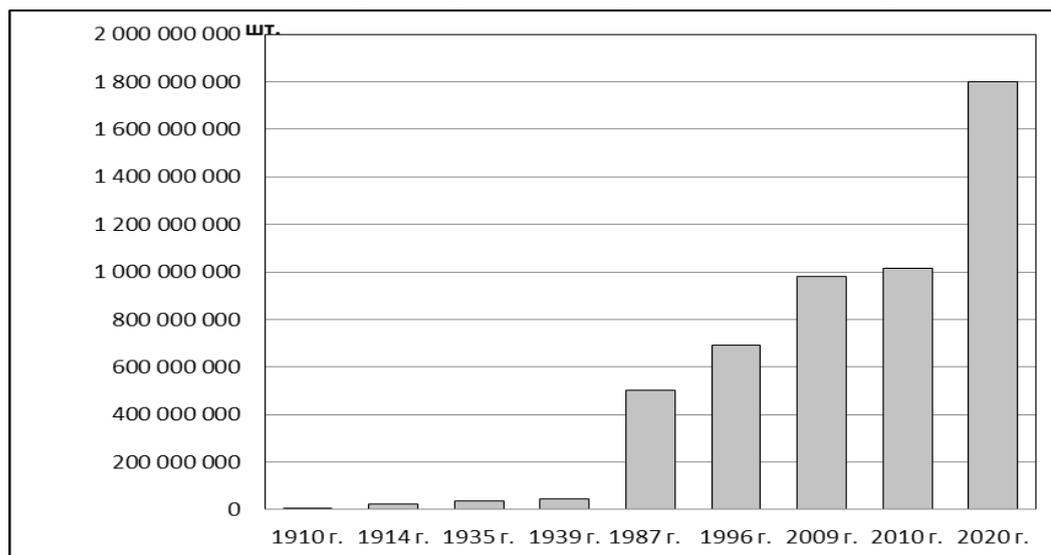
***Keywords:** cargo transportation; fuel consumption optimization; transport monitoring; environmental damage; exhaust fumes*

Развитие транспорта является неременным условием роста и стабильности экономики, социальной сферы, мировой торговли. Тем не менее, транспорт отрицательно воздействует на

все составляющие биосферы: земельные ресурсы, атмосферу, литосферу, водные ресурсы. Около 20% всех антропогенных парниковых газов во всём мире приходится на транспорт, при этом 14%

приходится на автомобильный транспорт,

морской, железнодорожный и прочие



2,2% выбрасывает в атмосферу авиация, а

виды в сумме производят 3,8% [9].

Рис. 1. Количество автомобилей в мире, шт. [1].

По данным Государственный научный центр “Научно-исследовательский автомобильный и автомоторный институт” (ГНЦ НАМИ) мировой парк частных автомобилей малой грузоподъемности в 2020 г. составит 1,8–2,5 млрд шт. [1].

Если в 2014 г. в мире насчитывалось 1,2 млрд машин без учета тяжелого внедорожного и строительного транспорта, в 2015 г. в мире эксплуатировалось 947 млн легковых и 335 млн коммерческих автомобилей, то по прогнозам Navigant Research в недалеком будущем объем продаж легковых автомобилей может увеличиться до 126,9 млн штук. Это приведет к тому, что к 2035 году мировой автопарк достигнет 2 млрд [7].

В России автомобильный парк является одним из самых старых среди ведущих стран (автомобилей старше 10 лет в парке 56,8% [1]), поэтому вопросу сокращения выбросов от автотранспорта следует уделять особое внимание.

В масштабах России доля транспорта в суммарных выбросах загрязняющих веществ в атмосферу достигает 45% от всех источников,

примерно 10% - в выбросах парниковых газов, около 3% – в сбросах вредных веществ со сточными водами.

Автомобильный транспорт загрязняет атмосферу выхлопными газами, нефтепродуктами, твердыми частицами и другими токсичными веществами. Они могут вызывать такие нарушения в организме как головную боль, нарушение зрения, снижение работоспособности, раковые заболевания, обострение сердечно-сосудистых заболеваний, хронический бронхит, астму, раку лёгких. Оксиды азота, взаимодействуя с водой, образуют «кислотные дожди». Твердые частицы диаметром меньше 0,01 мм и меньше 0,0025 мм в 40 раз тоньше человеческого волоса. Они признаны международной организацией ВОЗ наиболее опасными, переносятся на большие расстояния, вызывают аллергию и респираторные заболевания.

Фактически, единственный способ, которым мы можем по- существу решить проблемы, — это следовать принципам экологического менеджмента, направленным на обеспечение экологической безопасности при

сокращении потребления топлива и масла:

отказаться от использования автомобилей с бензиновым двигателем, вместо этого выбрать гибридные и электромобили;

использовать для транспортных средств топливо наилучшего качества;

сократить расстояние поездки пассажиров;

увеличить использование общественного транспорта вместо частного;

построить надлежащую транспортную инфраструктуру;

перейти на более экологичное топливо (биодизель и биоэтанол). CO₂, который выделяется при сгорании, равен CO₂, который поглощается биомассой при выращивании.

Однако можно сократить расход топлива, а, соответственно, и образование опасных химических соединений за счет рационального построения маршрутов

транспорта и оптимизации режимов скорости с помощью цифровых технологий. Об этом и пойдет речь в нашей работе.

Выхлоп вредных веществ сильно зависит от скорости и системы двигателя. Автолюбитель проезжает в год в среднем 10 тыс. км, при этом он сжигает 10 т бензина, расходует 35 т кислорода, выбрасывает в атмосферу 160 т выхлопных газов. В выхлопах находится около 200 различных веществ, в том числе 800 кг оксида углерода, 40 кг оксидов азота, 200 кг углеводов.

Влияние скорости на расход топлива

Расход топлива увеличивается с увеличением скорости. Поэтому понижение высокого уровня скоростного режима приведет к сокращению расхода топлива. Таким образом, будет сокращаться и интенсивность потребления ресурсов (невозобновляемых) (рис. 2).

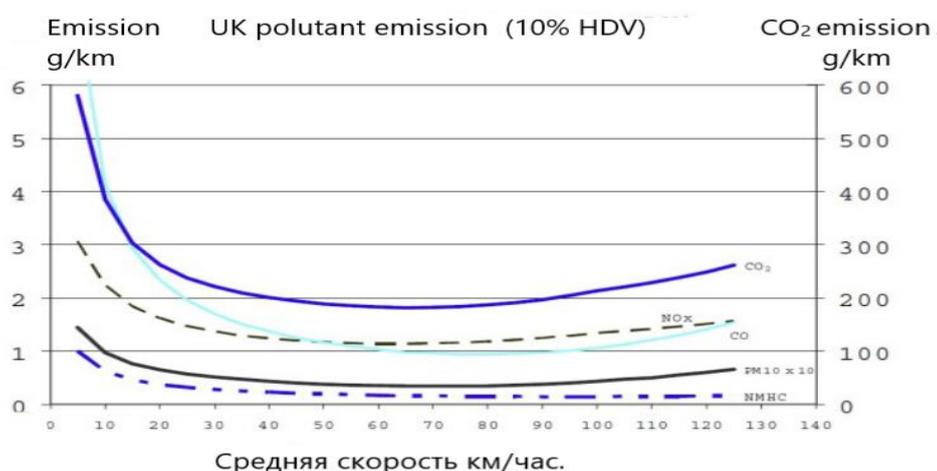


Рис. 2. Количество выброса вредных веществ в зависимости от скорости автомобиля.

Оксиды азота вырабатываются при высоких рабочих температурах работы двигателей. Уменьшение скорости вождения снижает их эмиссию. Выброс углеводорода уменьшается с уменьшением скорости, при этом наименьший уровень твердых частиц и эмиссии окиси углерода соответствует средней скорости движения. Для каждого

вида вредных веществ имеется свой оптимум скорости, а двуокись углерода производится пропорционально расходу топлива. Образование опасных химических соединений уменьшается для скоростей 40–90 км/ч для современных автомобилей. На постоянной низкой скорости (менее 15 км/ч) выброс CO и CO₂ в пересчете в г/км будет

наибольшим.

Расход топлива возрастает при резком ускорении транспортного средства, и, следовательно, увеличиваются выхлопы. Холодный старт также увеличивают выхлопы, так как двигатель и каталитический фильтр не достигли рабочей температуры [5]. Наибольшая концентрация оксида углерода наблюдается на холостом ходу

бензинового двигателя (около 6,9%). Изменение концентрации вредных веществ в зависимости от режимов работы двигателя приведены в таблице 1.

Однако при оценке токсичности выбросов двигателя следует учитывать не только концентрацию вредных веществ (рис. 3).

Таблица 1. Изменение концентрации CO, CnOm, NOx в зависимости от режимов работы двигателя

Токсичные вещества	Концентрация токсичных выбросов, %			
	холостой ход	разгон	постоянная скорость	торможение
Бензиновый двигатель: окись углерода CO	6,9	2,9	2,7	3,9
Дизельный двигатель: углеводороды C _n O _m	0,04	0,02	0,01	0,03
окись азота NO _x	0,006	0,035	0,024	0,003

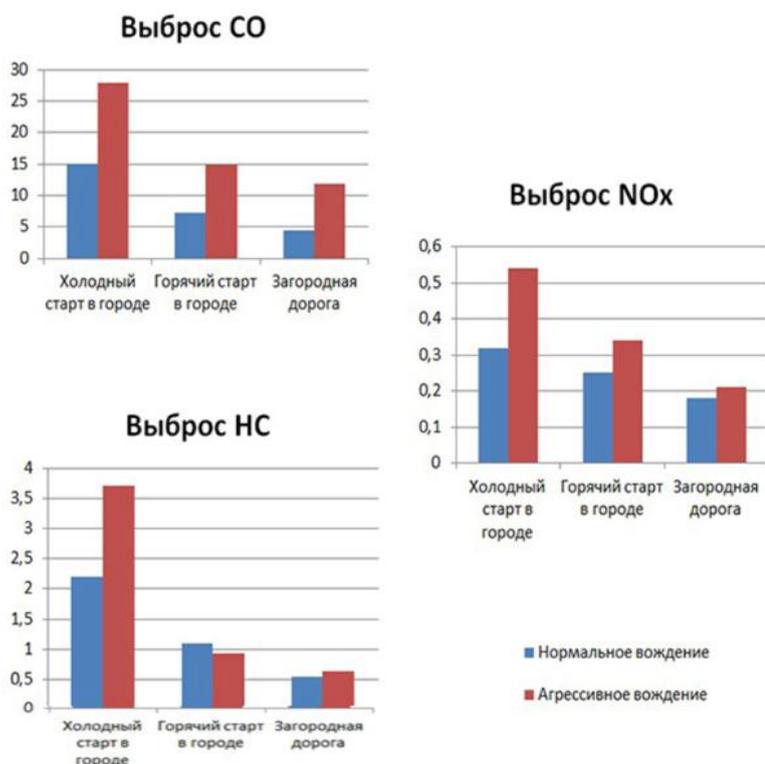


Рис. 3. Влияние выбросов вредных веществ в зависимости от режима движения.

Самый большой объем образования загрязняющих веществ получается при разгоне автомобиля (45–50%), когда в работу включается ускорительный насос, в результате чего резко растет расход топлива и обогащение горючей смеси, а, следовательно, и выхлоп токсичных компонентов.

Скорость движения автомобиля существенно влияет на величину токсичных выбросов. Для грузовых автомобилей наименьшее выделение вредных веществ происходит при постоянной скорости 50–60 км/ч, для легковых - при 70 км/ч, когда наблюдается минимальный расход топлива. С уменьшением скорости движения

автомобиля количество токсичных выбросов возрастает. Так, на горизонтальном участке дороги при снижении скорости в три раза (с 60 до 20 км/ч) выброс оксида углерода CO увеличивается в 2,5 раза. На городских магистралях транспорт часто останавливается на перекрестках, перед светофорами и двигается неравномерно с ускорениями и замедлениями. CO при этом выделяется гораздо больше по сравнению с равномерным движением (табл. 2). Чем больше остановок, тем больше вредных веществ (CO, CnOm) выбрасывается автомобилем, особенно ухудшается ситуация на перекрестках дорог.

Таблица 2._ Концентрации образования токсичных веществ в зависимости от режима движения

Режим движения	Токсичные вещества от легкового автомобиля, г/км		
	CO	CnOm	NOx
Безостановочное движение	18,2	1,37	1
Движение автомобиля при наличии: светофора	19,6	1,5	1,07
одного перекрестка	21,5	1,56	1,06
двух перекрестков	24,2	1,62	1,05

При оценке выбросов NOA ситуация меняется на противоположную: чем больше перекрестков, тем меньше их выбрасывается в атмосферу, а при равномерном безостановочном движении концентрация NOA в выхлопах повышается.

Величина выброса, состав и распространение отработавших газов существенно зависят от технического

состояния транспортного средства, режима работы двигателя, интенсивности и скорости движения автомобиля, профиля дороги (подъемы, спуски, площадки для стоянки), направления и скорости ветра, типа и состояния дорожного покрытия. На вбросы оксида углерода значительное влияние оказывает режим движения автомашины и рельеф дороги. При ускорении и торможении в

отработавших газах содержание оксида углерода увеличивается почти в 8 раз, при равномерной скорости автомобиля 60 км/ч выделяется минимальное количество оксида углерода.

Для расчетов уровня концентрации окиси углерода над проезжей частью пользуются эмпирической формулой В.Ф. Сидоренко:

$$CO_0 = (7,33 + 0,026 \cdot N) \cdot K_1 \cdot K_2 \cdot K_3$$

где CO_0 - концентрация окиси углерода на высоте 1,5 м над кромкой проезжей части, мг/м³; N - интенсивность движения автомобилей с карбюраторными двигателями, авт./ч; K_1 — коэффициент учета состава транспортного потока и его средней скорости (табл. 3); K_2 — коэффициент учета влияния подъемов; K_3 — коэффициент учета

установки нейтрализаторов для очистки СО и применения двигателей внутреннего сгорания более современных моделей (0,11-0,17).

Современные системы отслеживания координат объекта (транспорта) обладают множеством функций:

определяют местоположения транспортного средства, что позволяет откорректировать его маршрут с учетом дорожной ситуации;

повышают безопасность дорожного движения (контроль скорости движения транспорта и манеру езды водителя).

позволяют предотвратить кражу или незаконную перепродажу топлива за счет наличия системы контроля топлива.

Таблица 3. Коэффициент учета состава транспортного потока K_1

Доля грузовых автомобилей и автобусов с бензиновым двигателем в общем потоке, %	Значение коэффициента K_1 , при скорости движения автомобилей, км/ч						
	20	30	40	50	60	70	80
10	1,02	0,87	0,72	0,65	0,54	0,46	0,55
20	1,05	0,91	0,77	0,69	0,62	0,57	0,67
30	1,08	0,95	0,82	0,70	0,70	0,66	0,75
40	1,09	0,97	0,86	0,77	0,77	0,78	0,85
50	1,11	1,01	0,91	0,84	0,84	0,90	0,95
60	1,12	1,04	0,95	0,89	0,89	0,93	1,03
70	1,14	1,08	1,00	0,95	0,95	1,04	1,12
80	1,17	1,11	1,05	0,95	0,95	1,04	1,12

В настоящее время система управления перевозками, также известная как TMS, изначально разрабатывалась для рационализации транспортных потоков, планирования и осуществления

физического перемещения товаров по цепочке поставок. Компании могут использовать ее для управления своими грузовыми операциями в цифровом формате вместо звонков партнерам и

отправки электронных сообщений. TMS выгодна не только с финансовой точки зрения, но и как решение для поддержки транспортных сетей в сокращении перемещений и различных видов выбросов. Благодаря правильной аналитике она улучшает операционные процессы и уменьшает воздействие транспорта на окружающую среду.

Общая оптимизация осуществляется за счет использования искусственного интеллекта, автоматизированного принятия решений, консолидации грузов и маршрутов, а также автоматизированного аудита перевозок, что позволяет компаниям получать до 8% экономии. Размещение всех ваших транспортных данных в одном месте позволяет быстро планировать и отслеживать отгрузки в режиме реального времени.

Так, «ЦДС Вятка» предоставляет услуги по фиксации координат и фиксации на карте городского транспорта в г. Киров [6] путём сбора информации с технических средств связи GPS/ГЛОНАСС. Каждый из автобусов и троллейбусов, выходящих на обслуживание городского маршрута, оборудован спутниковой системой контроля, передающей информацию на центральный сервер в режиме реального времени. На основании данных компьютер формирует карту, производит предварительный расчёт приезда транспорта на определённую остановку, время в пути, необходимость добавить или убрать транспортное средство с рейса.

Аналогичные системы различных производителей введены во многих городах и областях России (Курск, Ярославль, Кострома, Казань, Екатеринбург, Вятка (разработчик ООО ДАТАПАКС)) [2]. Они позволяют в режиме реального времени получать информацию о прибытии транспорта и

выбирать наиболее удобные маршруты. Основная задача этих приложений - сбор, передача и обработка данных для построения карты транспортной загруженности района и разработки рациональной системы маршрутов городского транспорта.

Система отслеживания и фиксации координат автотранспорта на карте включает в себя комплекс оборудования: навигационный модуль, датчики различной спецификации, ПО, RFID-считыватель. Совместная работа этих устройств со встроенным GLONASS/GPS приемником, позволяет в режиме реального времени обрабатывать сигнал со спутника и моментально передавать информацию, полученную с автомобиля в центр управления логистикой. Это дает возможность предотвратить нецелевое использование транспорта, сократить издержки и повысить прибыль компании. На рис. 4 приведена схема работы системы мониторинга.

Общая схема работы системы мониторинга



Рис. 4. Общая схема работы системы мониторинга

Система ГЛОНАСС позволяет отслеживать следующие параметры:

местоположение техники, отображаемое в режиме реального времени;

возможные отклонения от маршрута с минимальной погрешностью показателей;

скорость передвижения с

обозначением участков ускорения и торможения;

общее время работы двигателя;

количество заправленного и израсходованного топлива;

учет общего времени работы водителя;

контроль температурного режима;

качество сцепки.

Системы навигации совместно с системами ГИС (геоинформационными системами) автотранспорта позволяют получать информацию о ДТП, поломке, чрезвычайных происшествиях, а также:

принять жалобу пассажира;

изменить график курирования;

устранить поломку ТС в случае выявления;

разъяснить ситуацию о возникшем заторе на дороге;

поддерживать связь с перевозчиками, обслуживающими маршрут с целью устранения нарушений обслуживания линии.

В данной статье был проведен анализ изменения расходов топлива после введения системы навигации совместно с системами ГИС в 4 компаниях с небольшим автопарком (не более 50 машин) и 1 компании из 125 машин.

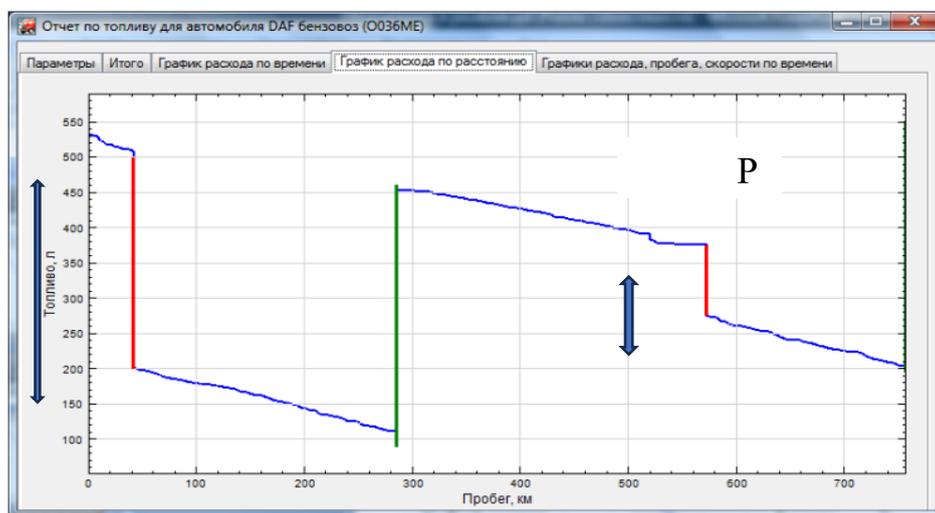


Рис. 5а. Расход топлива (л) в зависимости от пробега (км) сразу после установки датчиков расхода топлива.

На начальном этапе наблюдаются значительные изменения в расходе топлива сравните рисунок 5а и 5б.

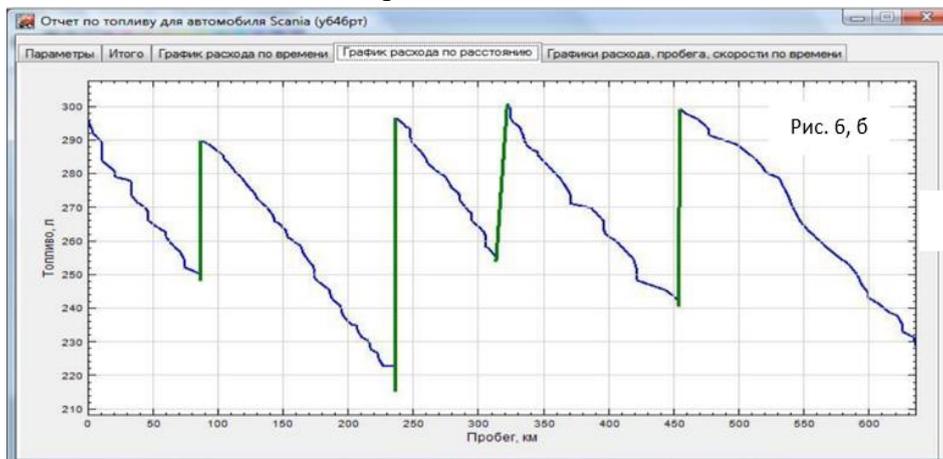


Рис. 5б. Расход топлива (л) в зависимости от пробега (км) спустя полгода после установки датчиков расхода топлива

После установки систем в компаниях наблюдались значительные изменения в расходах топлива, что ведет и к уменьшению вредных выбросов в атмосферу, улучшая экологическую обстановку в регионах.

Введение системы навигации совместно с системами ГИС позволяет определить перепродажу топлива водителем «на сторону» (на рис. 5а эти моменты выделены жирными линиями), что позволит компаниям отслеживать добросовестность водителей.

В данном примере рассматривалось влияние системы навигации совместно с системами ГИС на расход топлива для компаний, на транспортные средства которых трекеры и датчики расхода топлива установлены давно, и проблемы с левыми доходами

воителей сведены на нет.

В качестве исследуемого параметра брался расход топлива за неделю, деленный на общий недельный километраж, соотнесенный к этому показателю на начало текущего года. Построенные регрессионные модели показали тесную линейную зависимость уменьшения расходов топлива за счет разработки рекомендованных диспетчерами более оптимальных маршрутов для водителей (рис. 6, а-в).

Рис. 6, а-в. Регрессионные модели, описывающие уменьшение расхода топлива за счет разработки и использования более оптимальных маршрутов.

По оси Х отложены недельные временные интервалы (1-52).

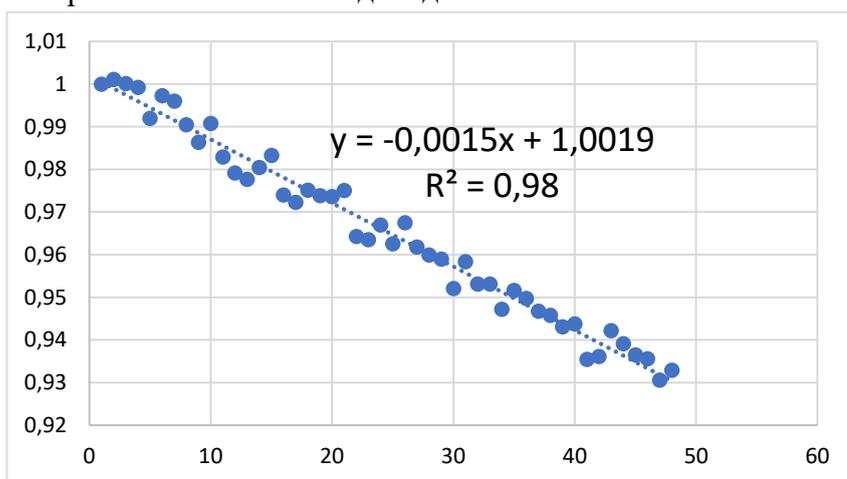


Рис. 6,а. Компания с автопарком в 13 машин, Россия.

Уравнение линейной регрессии имеет вид $y = -0,0015x + 1,0019$, коэффициент достоверности достаточно высокий $R^2 = 0,98$.

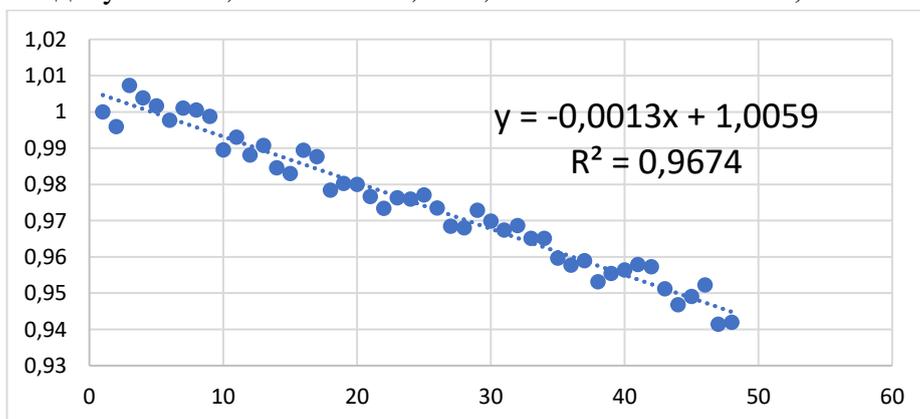


Рис. 6,б. Компания с автопарком в 20 машин, Россия.

Уравнение линейной регрессии имеет вид $y = -0,0013x + 1,0059$, коэффициент достоверности достаточно

высокий $R^2 = 0,9674$.

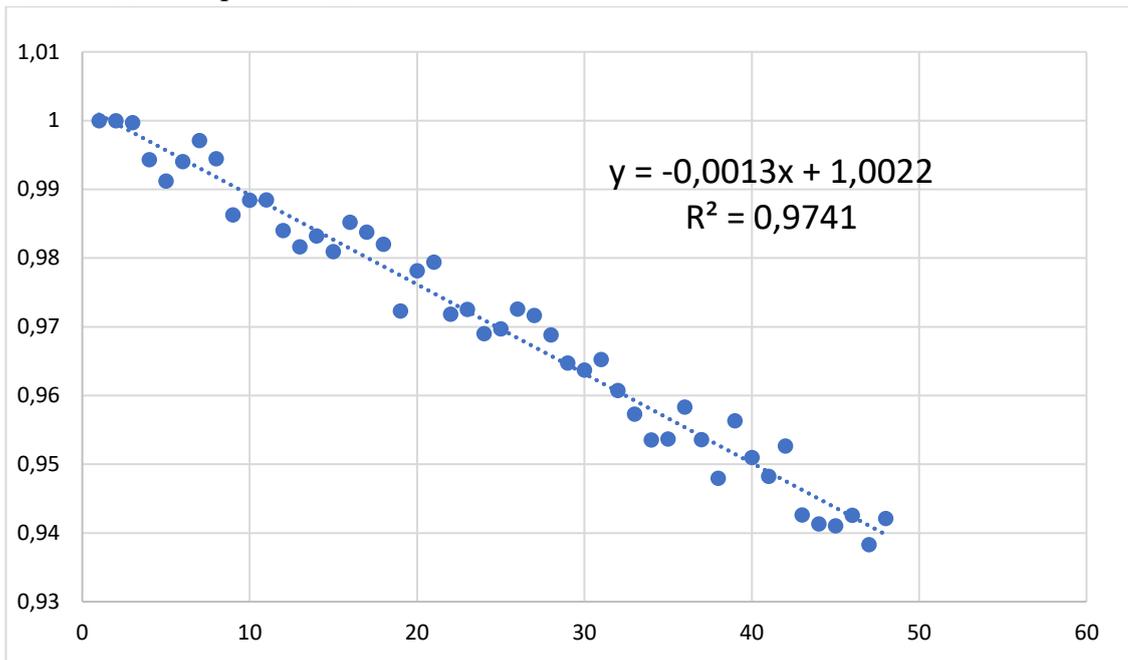


Рис. 6, в. Компания с автопарком в 45 машин, Московская область.

Уравнение линейной регрессии имеет вид $y = -0,0013x + 1,0022$, коэффициент достоверности достаточно высокий $R^2 = 0,9741$.

тем, что вышеуказанных компании использовали свои транспортные средства для доставки грузов по определенным маршрутам, и эти маршруты оптимизировались в течение всего года (52 недели). Однако в случае появления новых заказчиков (и новых маршрутов) линейная зависимость нарушается (рис. 7).

Обратим внимание на то, что коэффициент при переменной x (соответствует тангенсу угла наклона прямой) слабо отличается для всех трех рассматриваемых компаний.

Высокая корреляция объясняется

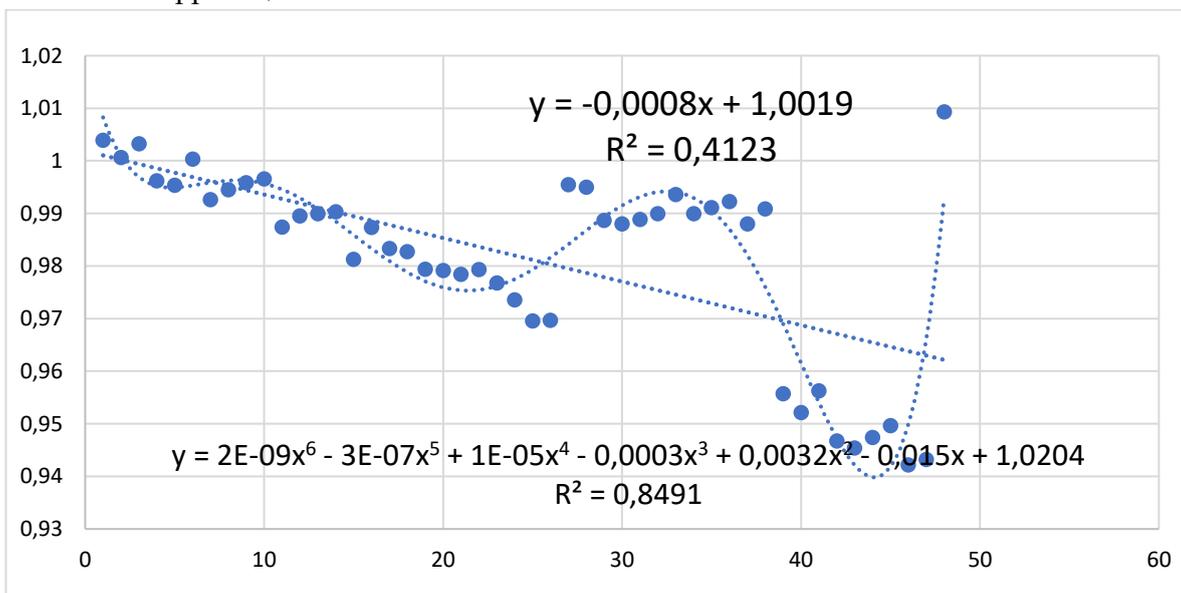


Рис. 7. Компания с 34 машинами, которая в июле – сентябре выполняла рейсы на новые территории.

Представлены линейный тренд $y = -0,0008x + 1,0019$ (коэффициент достоверности недостаточно высокий ($R^2 = 0,4123$)) и полиномиальный тренд 6 степени $y = 2E-09x^6 - 3E-07x^5 + 1E-05x^4 - 0,0003x^3 + 0,0032x^2 - 0,015x + 1,0204$ (высокий коэффициент достоверности $R^2 = 0,8491$).

Коэффициент достоверности $R^2 = 0,4123$ указывает на неприменимость линейной модели регрессии в данном случае. Нарушается линейная зависимость для компании, которая начала выполнять перевозки на вновь открываемых маршрутах.

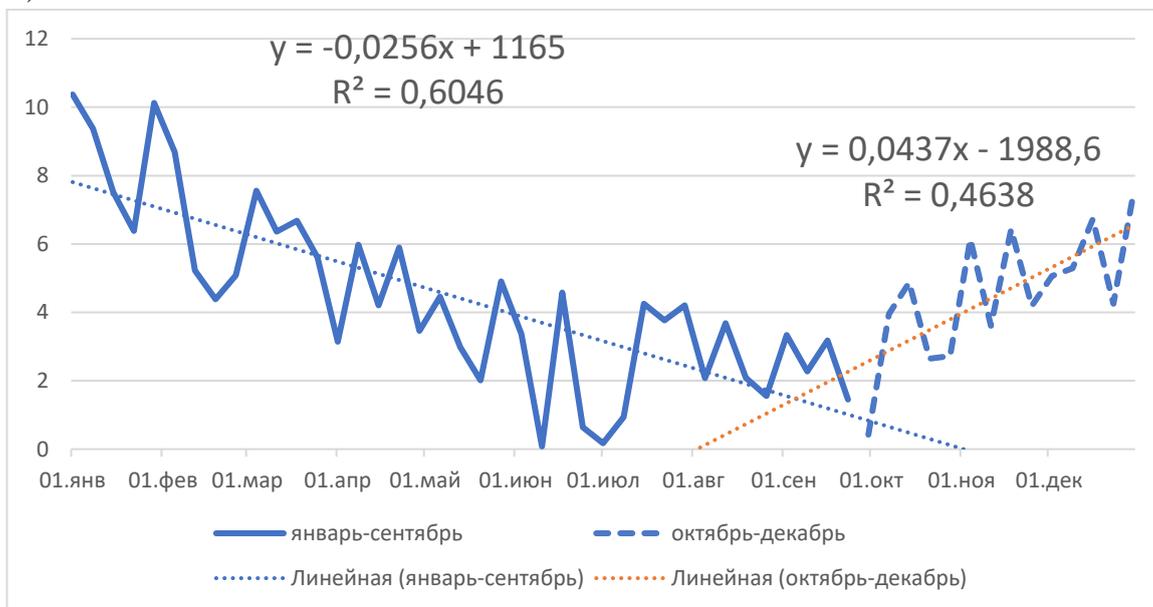


Рис. 8. Компания с автопарком в 125 машин, Московская область.

Тренд рассматриваемого показателя для периода с января по сентябрь, $y = 0,0437x - 1988,6$, $R^2 = 0,4638$.

Тренд для периода с октября по декабрь $y = -0,0256x + 1165$, $R^2 = 0,6046$.

Возможно, здесь имеют место

сезонные отличия и неустойчивый режим погоды. При этом тренд в осенне-зимний период имеет положительную корреляцию, а в остальное время – отрицательную.

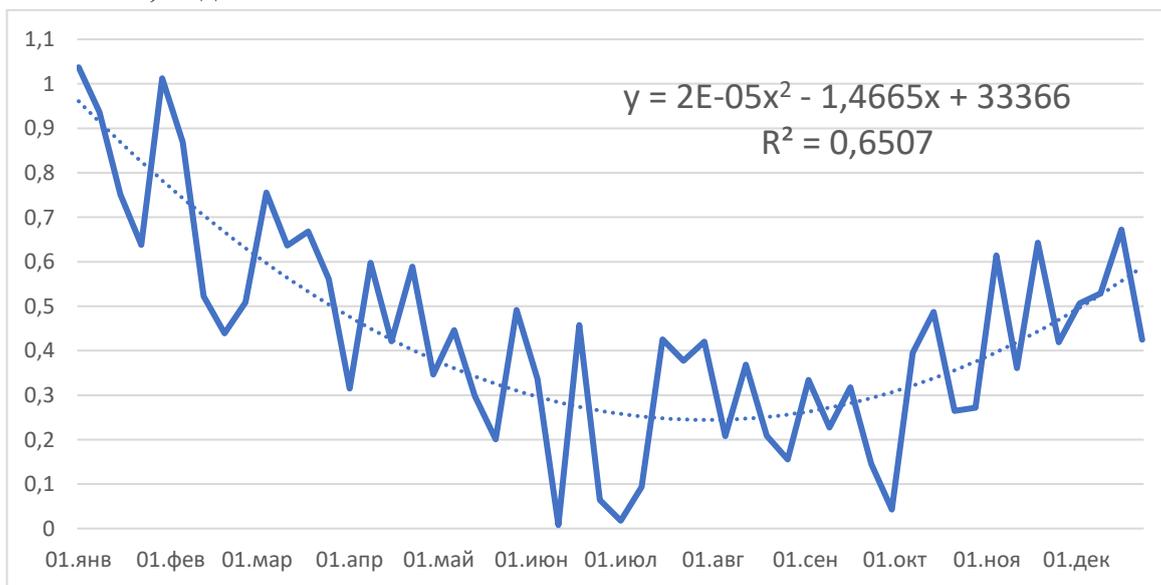


Рис. 9. Компания с автопарком в 125 машин, Московская область, тренд - квадратичный полином, $y = 2E-05x^2 - 1,4665x + 33366$, $R^2 = 0,6507$.

Однако на всем годовом интервале квадратичный тренд дает хорошую

корреляцию порядка $R = 80,8\%$ ($R^2 = 0,6507$).

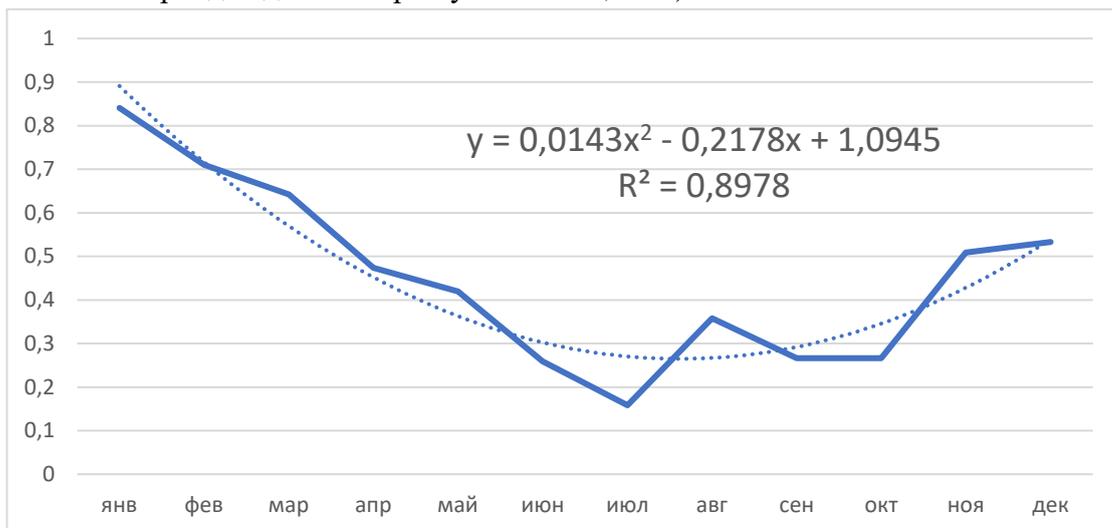


Рис. 10. Компания с автопарком в 125 машин, Московская область. Тренд - квадратичный полином, $y = 0,0143x^2 - 0,2178x + 1,0945$, $R^2 = 0,8978$.

Если взять показатели, усредненные по месяцам, то коэффициент достоверности еще выше $R = 94,8\%$ ($R^2 = 0,8978$).

Однако оптимальность маршрута в значительной степени зависит и от пропускной способности дорог. В связи с этим Росавтодор [8] опубликовал рекомендательные методы оценки пропускной способности дороги РФ и на основе собранного материала разрабатывает проект создания карты дорог по их привлекательности для пассажирского и грузового транспорта.

Компании перевозчики имеют свои накопленные данные и разрабатывают собственные маршруты. В большой степени это связано с тем, что они длительное время работают по стандартным маршрутам, а новые появляются редко.

Оптимальное использование систем навигации совместно с системами ГИС транспорта и контроля топлива. Одним из преимуществ спутниковых систем навигации совместно с системами ГИС является эффективный контроль за автопарком в целом. С помощью системы мониторинга компании анализируют

работу транспорта и водителя с помощью таких параметров как скорость движения, манера езды водителя, средний расход топлива. Это позволяет оптимизировать затраты на содержание и ремонт транспорта, увеличить скорость выполнения заказов и улучшить общую логистическую эффективность. Все это позволяет компаниям существенно сокращать расходы и повышать рентабельность и свою конкурентоспособность.

Таким образом, использование систем навигации совместно с системами ГИС ведет к оптимизации режима перевозок, к уменьшению расходов топлива, а значит, к сокращению выбросов вредных веществ и оздоровлению экологической ситуации на прилегающих к дорогам территориях, и в городах в целом.

Дополнительным преимуществом использования систем мониторинга и контроля является улучшение безопасности дорожного движения, а именно, можно контролировать скорость движения транспорта и манеру езды водителя. Это помогает увеличить безопасность и для самих водителей, и для

других участников дорожного движения, позволяя учитывать дорожно-транспортные происшествия на пути следования.

За последние восемь лет в Москве удалось существенно улучшить показатели, характеризующие безопасность и экологичность транспортной системы. В течение 2010–2018 гг. город поднялся в рейтинге на 6 позиций, разделив в 2018 г. 2-е и 3-е места в рейтинге с Сингапуром (рис. 11).

Этот высокий уровень изменений

объясняется обеспеченностью экологичными видами транспорта, а также положительной динамикой показателей, связанных с ДТП. В Москве за рассмотренный период времени основные удельные показатели аварийности и смертности в ДТП сократились на треть [3]. Система навигации совместно с системами ГИС позволила широко внедрить каршеринг, сократив таким образом количество используемых автомобилей частными лицами.

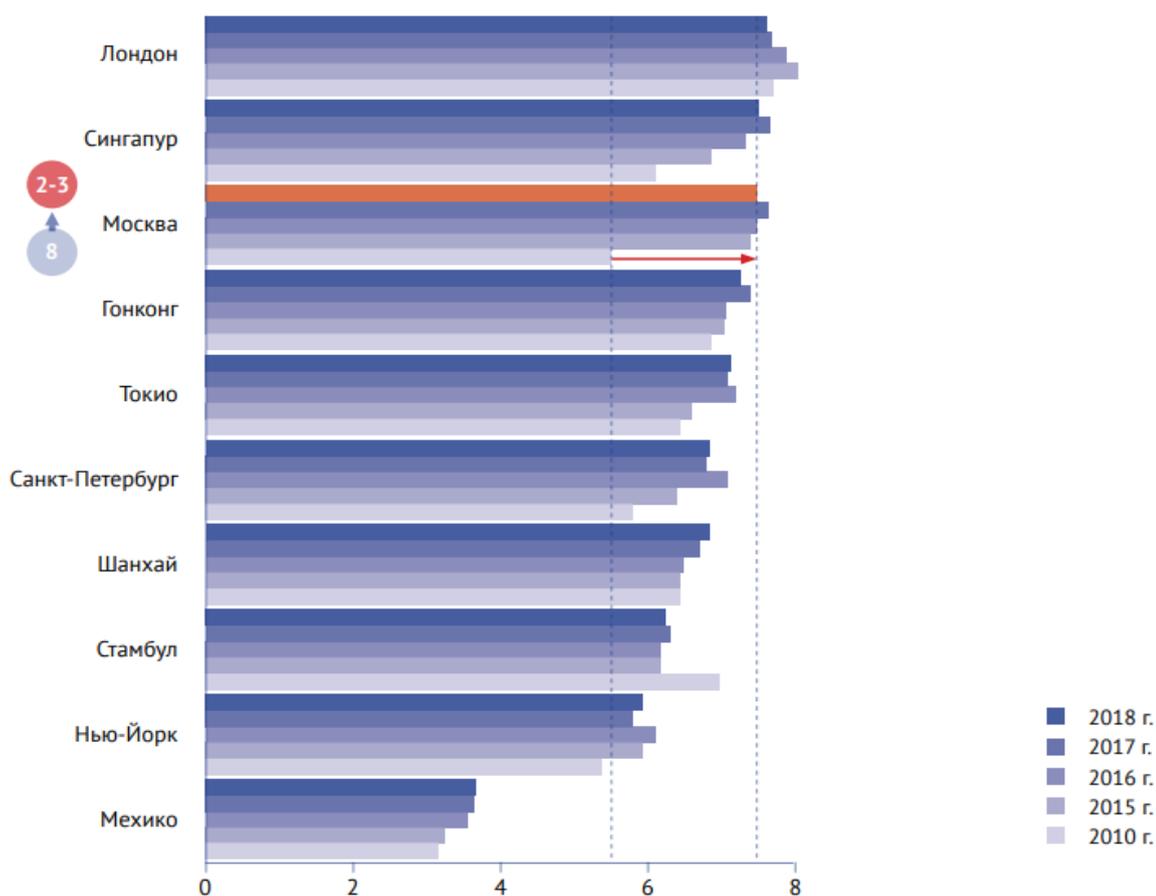


Рис. 11. Индекс безопасности дорожного движения и воздействия транспорта на окружающую среду.

Только за лето 2023 года каршеринг в России вырос на 30,2% по отношению тому же периоду 2022 года. Это можно объяснить ростом цен на легковые автомобили, удорожанием обслуживания и ремонта [4], отсутствием запасных частей для импортных автомобилей.

Системы управления транспортом — это сложное программное обеспечение, которое должно быть масштабируемым, безопасным и удобным для пользователя. Вот некоторые проблемы, с которыми можно столкнуться при разработке таких проектов.

1 Интеграция источников данных

Чтобы делать надежные прогнозы о сроках доставки и отслеживать транспортные средства в каждом пункте назначения, необходимы дополнительные источники информации. Например, GPS, телематические устройства и веб-сайты с прогнозами погоды. Более того, источники данных могут предоставляться в различных форматах и протоколах, что усложняет задачу интеграции.

2 Масштабируемость

Процесс транспортировки основан на сотрудничестве между множеством заинтересованных сторон, таких как водители, диспетчеры и менеджеры автопарка, в нем задействовано большое количество транспортных средств и маршрутов. Таким образом, система управления транспортом должна обрабатывать большие объемы данных и предоставлять обновления в режиме реального времени без каких-либо задержек.

3 Безопасность

TMS содержит конфиденциальные данные, такие как местоположение транспортного средства и данные о водителе, которые могут быть уязвимы для кибератак. Обеспечение безопасности TMS требует внедрения таких мер, как шифрование, контроль доступа и регулярное резервное копирование.

4 Сложный пользовательский интерфейс

Поскольку системы управления транспортом содержат большие объемы информации, они часто неудобны для пользователя. Поэтому необходим простой пользовательский интерфейс, в котором четко отображаются все необходимые данные.

5 Совместимость с мобильными устройствами

TMS должна быть совместима с мобильными устройствами, чтобы водители могли получать доступ к

информации и обновлять свой статус на ходу. Система также должна поддерживать мобильные приложения, которые водители могут использовать для получения обновлений о своих маршрутах и изменениях в расписании в режиме реального времени.

6 Совместимость

TMS должна быть совместима с системами управления дорожным движением, взимания платы за проезд и общественным транспортом. Это обеспечивает беспрепятственный обмен данными, позволяя уменьшить заторы на дорогах, повысить безопасность и эффективность.

Компания по разработке программного обеспечения Coreteka при работе над системой управления транспортом обнаружила, что порожний пробег грузовиков составляет более 7 миллионов в год. Это приводит к загрязнению окружающей среды CO² на 85 320 тонн.

Итак, основными целями систем управления транспортом являются оптимизация логистического процесса клиента и сокращение выбросов углекислого газа и других вредных веществ. При этом необходимо интегрировать несколько информационных ресурсов, таких как базы знаний о качестве дорог, охранниках и точках погрузки/разгрузки. Менеджеры по логистике могут использовать встроенные шаблоны для формирования запроса. Это веб-решение позволяет сотрудникам компании получать доступ к системе с любого электронного устройства каждый раз, когда им это необходимо. Отслеживание координат транспортных средств и формирование оптимальных маршрутов позволяют уменьшить образование опасных химических соединений и снизить нагрузку на атмосферу.

Литература:

1. Автомобиль на пороге XXI века Б. Куров (Электронный ресурс) Режим доступа: [<https://www.nkj.ru/archive/articles/8206/>].
2. Датапакс проекты (Электронный ресурс) Режим доступа: [<https://dtrax.ru/proekty/>]
3. Индекс развития транспортного комплекса / Аналитический доклад МГУ им. М.В. Ломоносова (Электронный ресурс) Режим доступа: [https://msu.ru/upload/pdf/2020/Transport_Index_MSU_2020.pdf].
4. Каршеринг в 2023 году: какой сервис выгоднее и удобнее — полный обзор (Электронный ресурс) Режим доступа: [<https://fintolk.pro/karshering-v-2023-godu-kakoj-servis-vygodn-ee-i-udobnee-polnyj-obzor>].
5. Опасна ли «хорошая дорога» (Электронный ресурс) Режим доступа: [<http://transspot.ru/2012/09/23/xoroshaya-doroga>]
6. Путеводитель по Кирову ЦДС-ВЯТКА (Электронный ресурс) Режим доступа: [<https://top-kirov.ru/cds-vyatka>].
7. Мазуров Г.И., Дурдыбаев Д.А., Швец Д.О. Эколого-геологическая оценка природных и техногенных факторов дефляции на примере Туркменистана//Вестник Воронежского госуниверситета. Серия «Геоэкология» № 2, 2007, С. 207–213.
8. Методические рекомендации по оценке пропускной способности автомобильных дорог Федеральное Дорожное Агентство (РОСАВТОДОР) (Электронный ресурс) Режим доступа: [<https://rosavtdor.gov.ru/storage/app/media/uploaded-files/22-odm-2182020-2012.pdf>].
9. Шелмаков С.В. Экотранспорт: учеб. пособие. М.: МАДИ, 2018, 199 с.

Пашенко Валентина Петровна,

Старший преподаватель кафедры Основ математики и информатики АНО ВО «Российский Новый Университет»

e-mail: VPA0705@yandex.ru

SPIN: 6294-9848

Смолина Светлана Георгиевна,

к.т.н., доцент кафедры Основ математики и информатики АНО ВО «Российский Новый Университет»

e-mail: smolinas@mail.ru

SPIN: 2551-7868

О цифровой трансформации отрасли экологии и природопользования Российской Федерации

***Аннотация:** в статье рассмотрено текущее экологическое состояние окружающей среды в России и мире. Обсуждается значение ее качественного состояния для сохранения здоровья и обеспечения безопасности населения. Поднимается вопрос о роли государства в организации деятельности по ее сохранению сбережению, а также значение цифровизации в повышении ее эффективности. Изучаются правовые и организационные основы для проведения цифровой трансформации отрасли экологии и природопользования России. Рассматриваются современные информационные и информационно-коммуникационные технологии применяемые и планируемые для применения в решении задач стоящих перед данной отраслью.*

***Ключевые слова:** экологическая проблема; состояние здоровья; экологическая безопасность; информационные технологии; цифровая трансформация; цифровая зрелость; информатизация; цифровизация; целевые показатели*

Sergeev A.V.

About the digital transformation of the ecology and nature management industry of the Russian Federation

***Annotation:** the article considers the current ecological state of the environment in Russia and the world. The importance of its qualitative state for preserving the health and safety of the population is discussed. The question of the role of the state in the organisation of activities on its preservation is raised, as well as the importance of digitalisation in increasing its efficiency. The legal and organisational foundations for the digital transformation of the ecology and nature management industry in Russia are studied. Modern information and information and communication technologies used and planned to be used in solving the problems faced by this industry are considered.*

***Keywords:** environmental problems; health; environmental safety; information technology; digital transformation; digital maturity; informatization; digitalization; target indicators*

Причины цифровой трансформации отраслей экологии и природопользования Российской Федерации
Текущее состояние окружающей

среды в мире далеко от благополучного и имеет устойчивую тенденцию к постепенному ухудшению. Причин такого положения достаточно много. Главной остается проблема быстрого

роста численности населения планеты, что ведет к постоянному увеличению объемов потребления. Эта ситуация поддерживает рост мировой экономики, но также увеличивает объемы образования промышленных и бытовых отходов загрязняющих планету. Природоохранная же деятельность государств как правило не успевает реагировать на весь комплекс нарастающих экологических проблем, а они увеличивают свое негативное влияние на состояние экологической безопасности и здоровья населения.

Экологические проблемы в той или иной степени затронули все страны мира включая и Россию. Не смотря на невысокую среднюю плотность населения (8,55 чел/км²- по состоянию на 01.01.2023 года) на ее территории также достаточно много экологически не благоприятных территорий. В 2023 году такими признавались Кемеровская, Челябинская и Омская область, а также Красноярский край. Как правило, на их территории расположены крупные предприятий – природопользователи, а также высока плотность размещения населения. Зачастую на экологически неблагоприятных территориях присутствуют оба эти фактора. Многие из них получили этот сомнительный статус еще во времена Советского Союза, но их проблемы остаются не решенными или решенными не в полной мере и в настоящее время. При этом, их неблагоприятная экологическая ситуация влияет на качество жизни и безопасность населения, что является серьезной проблемой. Решение же существующих экологических проблем России, в масштабах всей ее территории, требует колоссальных затрат, но без их решения трудно добиться дальнейшего снижения смертности и повышения средней продолжительности жизни граждан.

Необходимо отметить, что руководство страны понимает всю серьезность стоящих проблем в данной сфере и принимает не малые усилия для их решения. В последние годы много сделано в области инженерной защиты окружающей среды, экологического мониторинга и государственного контроля в области природопользования. Большинство крупных и средних предприятий перерабатывающей промышленности прошли техническое перевооружение, затронувшее и их системы инженерной защиты окружающей среды. Происходит постепенное закрытие и рекультивация мусорных полигонов, вместо них строятся более экологичные мусоросжигательные заводы, принимаются меры с целью повышения объемов переработки вторичного сырья и ряд других. Но все это по-прежнему недостаточно, чтобы кардинально улучшить ситуацию в отрасли экологии и природопользования (далее - отрасли).

Решение накопившихся в отрасли проблем требует огромных ресурсов. В текущей внешнеполитической ситуации, острого противостояния России станам глобального Запада, эта задача выглядит сложной вдвойне. Для ее улучшения существует острая необходимость повышения контроля со стороны государства за исполнением природоохранного законодательства и повышением эффективности процессов управления. Поэтому, руководство страны приняло решение о цифровой трансформации отрасли на основе широкого внедрения в ней современных информационных технологий.

Необходимость цифровой трансформации отрасли назрела и крайне необходима. Подобная трансформация отраслей экономики является мировым трендом возникшим, как раз благодаря ее

высокой результативности. Сама по себе цифровая трансформация конечно не способна решить все существующие проблемы отрасли, но может существенно ускорить их решение, а также дать существенную экономию необходимых для этого ресурсов.

Для начала процесса цифровой трансформации отрасли российскому руководству потребовалось обеспечить ее правовые основы и разработать ряд необходимых для этого нормативно правовых актов. Отправной ее точкой стал Указ Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. №474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года». В документе было указано, что для осуществления прорывного развития Российской Федерации, увеличения численности населения страны, повышения уровня жизни граждан, создания комфортных условий для их проживания, а также раскрытия таланта каждого человека определены национальные цели развития [7]. Одной из таких целей была указана цифровая трансформация ключевых отраслей экономики и социальной сферы России, включая и отрасль экологии и природопользования. Документ определил и закрепил данную цель как приоритетную и чрезвычайно важную для успешного развития страны.

В дальнейшем планы цифровой трансформации отрасли были детализированы Правительством РФ в принятой в декабре 2021 года «Стратегии цифровой трансформации отрасли экологии и природопользования». В этом документе прямо указано, что достижение «цифровой зрелости» отрасли невозможно без совершенствования системы государственного управления отраслью экологии и природопользования, повышения

эффективности учёта природных объектов как объектов имущественных прав и их характеристик, изучения и воспроизводства природных ресурсов, повышения эффективности государственного надзора на основе развития отечественных отраслевых программных систем и информационных технологий, создания единой цифровой платформы недропользования для интеграции отечественного программного обеспечения в единое информационное пространство и вовлечения отраслевых специалистов в цифровую трансформацию отрасли [6]. Документ закрепил необходимость широкого внедрения в отрасли современных информационных технологий и их унификацию для всех министерств и ведомств имеющих текущие задачи в области экологии и природопользования.

Для систематизации задач в стратегии определены пять приоритетных направлений (сфер) достижения цифровой зрелости отрасли: управления природными ресурсами (лесным комплексом, водными ресурсами, недропользованием, охотничьими ресурсами); особо охраняемыми природными территориями; гидрометеорологии и мониторинга окружающей среды; обращения с отходами; инфраструктурного обеспечения, управления, администрирования и контрольно-надзорной деятельности. В каждой из этих сфер определены свои функциональные области, а в функциональных областях выделены функциональные блоки. Для каждой функциональной области и функционального блока сформулированы цели и задачи, а для многих функциональных блоков дополнительно определены еще и целевые показатели «цифровой трансформации». Такой

системный подход с разделением сфер, функциональных областей и функциональных блоков, а также детализацией для каждого из них целей и задач, позволяет упростить контроль за их исполнением.

Цифровые технологии уже давно используются российскими организациями занятыми в области экологии и природопользования. Однако, их использование в настоящий момент имеет ряд существенных недостатков, отмеченных авторами стратегии и требующих исправления. Документом определены такие основные проблемы цифровой трансформации отрасли как: ориентированность на сбор и оборот информации на бумажных носителях и в нестандартизированных цифровых форматах, отсутствие единых платформенных решений и взаимодействия информационных систем органов исполнительной власти, а также отсутствие механизмов развития и внедрения в производство российского отраслевого программного обеспечения и информационных технологий сбора, обработки и анализа информации о природных ресурсах, а также ряд других [6]. Хотелось бы отметить, что все органы государственного управления имеющие задачи в области экологии и природопользования давно имеют свои информационные системы, способные справляться с большинством стоящих перед ними задач. Однако, у них имеется один существенный недостаток. Они не обеспечивают необходимую совместимость и уровень информационного обмена между министерствами, ведомствами и другими структурами занятыми в данной области. Это является серьезной проблемой, существенно снижающей эффективность государственного управления в области экологии. Радует то, что эта проблема не

была обойдена вниманием авторов стратегии и подлежит первоочередному устранению.

Согласно стратегии, достижение «цифровой зрелости» считается возможным в случае достижения семи целей цифровой трансформации. Наиболее значимые из них следующие: комплексный перевод процессов оказания государственных услуг и функций в цифровой вид; повышение уровня удовлетворённости граждан и организаций цифровыми сервисами; сокращения времени доступа к необходимой информации для принятия управленческих решений при осуществлении государственных функций, путем использования информационных технологий; обеспечение интеграции с существующими и разрабатываемыми государственными информационными ресурсами и государственными информационными системами для функционирования тематических информационных систем; повышение уровня экономии бюджетных средств и сокращение теневой экономики за счет цифровой трансформации [6].

В Стратегии также указаны приоритетные направления по достижению цифровой зрелости инфраструктурного обеспечения отрасли. Важнейшим направлением должно стать обеспечение доступа пользователей к современной цифровой инфраструктуре. Для достижения этой цели запланирован к внедрению широкий набор технических и организационных мероприятий, таких как:

- использование платформенных решений и интеграция вычислительной инфраструктуры Минприроды России в государственную единую облачную платформу;
- применение микросервисной

архитектуры при создании программных продуктов;

- создание единой системы распределенных, отказо- и катастрофоустойчивых центров обработки данных («ведомственное облако»);

- реализация единой доменной структуры, взаимоувязанной с системами ведомственных информационных порталов, информационными системами и сервисами;

- формирование на основе доменной структуры единого адресного пространства для информационных систем и сервисов Минприроды России и подведомственных федеральных служб, федеральных агентств и учреждений;

- формирование и внедрение единой платформы унифицированных коммуникаций для Минприроды России и подведомственных федеральных служб и федеральных агентств;

- унификация ИТ-сервисов Минприроды России и подведомственных федеральных служб и федеральных агентств и объединение их на базе единой инфраструктуры и ряд других [6].

В документе также указан перечень цифровых технологий которые необходимо внедрить в отрасли для достижения целей и задач стратегии и направления их применения. В основном они представлены уже достаточно известными и отлично зарекомендовавшими технологиями цифровой экономики:

- применение больших данных (BigData), как основы для развития управления, основанного на данных;

- нейросети и искусственный интеллект;

- интернет вещей (IoT), как способ накопления данных о состоянии окружающей среды и природно-ресурсного комплекса;

- цифровая прослеживаемость, как практически реализуемые проекты, работающие на повышение достоверности данных;

- цифровой двойник и цифровой профиль [6].

Помимо основных задач, направленных на цифровую трансформацию отраслей экологии и природопользования, в стратегии выделена и одна очень важная, но не относящаяся напрямую к данной сфере. При реализации стратегии планируется использовать преимущественно радиоэлектронную продукцию и программное обеспечение отечественного производства. Предполагается, что они должны быть использованы для внедрения отечественных систем хранения данных и серверного оборудования, автоматизированных рабочих мест, программно-аппаратных комплексов, коммуникационного оборудования, систем видеонаблюдения [6]. Согласно приведенным в документе данным, доля отечественного программного обеспечения и компонентов, используемых в ведомственных и государственных информационных системах на 2020 год, составляла 40%, однако к 2030 году их объем должен достичь 100%. В условиях продолжающегося сильнейшего санкционного давления стран Запада задача импортозамещения в отрасли экологии и природопользования, а также и в других важнейших отраслях экономики, является сложной в реализации. Однако, ее успешное выполнение способно значительно усилить суверенитет, безопасность и гарантировать дальнейшее успешное развитие России.

Обзор современных программных средств применяемых в области экологии и природопользования

В настоящее время в области экологии и природопользования появляется все больше новых отечественных программных средств, хотя в целом их количество и остается недостаточным. Они используются для решения широкого спектра стоящих перед данной отраслью задач. Они представлены прежде всего различными системами автоматизации процессов управления, мониторинга компонентов природной среды и протекающих в них процессах, а также информационными системами об антропогенной нагрузке производимой на них. Анализ таких средств показывает, что основными их пользователями являются органы государственной власти и местного самоуправления, а также различные организации - природопользователи. Для решения стоящих перед ними задач за последние годы появился ряд новых программных продуктов. Рассмотрим некоторые из них, наиболее новые и популярные среди пользователей.

Корпоративные информационные системы (КИС) отечественной разработки используются на предприятиях и в организациях уже достаточно продолжительное время. Впервые они были представлены пользователям еще в 90-х годах XX века и представляли КИС выпущенные по персональным заказам и под задачи крупных игроков российского рынка тех лет. За прошедшие годы российские разработчики выпустили множество подобных программ, а сами КИС стали максимально универсальными. Они обеспечивают автоматизацию всех важнейших процессов организационной и управленческой деятельности предприятий (организаций).

В настоящий момент среди КИС предлагаемых на российском рынке наиболее известна и популярна продукция

отечественного разработчика, компании 1С. Их КИС оптимизированы для решения широкого круга задач предприятий (организаций), в том числе в области экологической безопасности и природопользования. Наиболее свежим их продуктом, предназначенным для использования в данной области, является КИС 1С:Экология. Охрана окружающей среды КОРП. Она была разработана и представлена на российский рынок в 2022 году и позиционируется разработчиком, как предназначенная для менеджмента организаций-природопользователей, а также экологов. Ее внедрение позволяет автоматизировать управленческие процессы организации в области производственной безопасности, охраны труда и окружающей среды. Данная КИС предоставляет руководителям следующие возможности: осуществлять контроль за выполнением требований законодательства в области охраны окружающей среды, получать необходимую управленческую отчетность по проверкам и мероприятиям, а также производить контроль сроков действия разрешительной документации [8].

Для экологов, пользователей данной КИС, заявлены еще более широкие, чем для руководителей возможности. Среди них указаны: ведение учета источников загрязнений и их выбросов, водопотребления и водоотведения, мест хранения отходов; расчет платы за негативное воздействие на окружающую среду; планирование и контроль выполнения мероприятий по экологической безопасности; формирование управленческой и регламентированной отчетности; планирование и контроль учебной деятельности сотрудников [8].

Другой большой категорией программных продуктов широко

используемых для решения различных инженерных задач (расчетов, анализа и симуляции физических процессов), в том числе в области экологии и природопользования, являются различные системы автоматического проектирования CAE/CAD.

Наиболее новой отечественной CAE-системой (от англ. computer aided engineering) является программный комплекс моделирования движения подземных вод «Логос Гидрогеология». Разработка его была произведена по заказу ГК «Росатом» российскими разработчиками: РФЯЦ-ВНИИЭФ и «Гидроспецгеологией». Потребителям комплекс представлен в декабре 2021 года.

Комплекс предназначен для визуализации развития процесса в пространстве и времени». Позволяет эффективно решать задачи экологической безопасности техногенных объектов, гидрогеологические задачи предприятий различных отраслей и проектов регионального развития, а также управлять рисками чрезвычайных ситуаций [3]. Комплекс разработан для использования предприятиями и организациями занятыми в области недропользования и проектных изысканий.

В стране уже накоплен значительный опыт разработки такой категории программных продуктов, широко используемой в области экологии и природопользования, как геоинформационные системы (ГИС). Они позволяют пользователям работать с пространственно-распределенной информацией для производства картирования, а также анализа различных

объектов окружающей среды. За последнее десятилетие отечественные разработчики представили пользователям такие ГИС как «Горизонт», «Next GIS», «Аксиома», «Интегро». Новейшим же отечественным продуктом, в данной категории, является ГИС «Панорама» («Панорама х64»). Она отличается широким функционалом и содержит средства создания и редактирования цифровых карт и планов городов, средства подготовки графических документов в цифровом и печатном виде, а также инструментальные средства для работы с базами данных. Программа обеспечивает выполнение различных измерений и расчетов, оверлейных операций, построение 3D моделей, а также обработку растровых данных [4].

Заключение

В целом, стратегия выглядит как тщательно проработанный и критически оценивающий текущее состояние отрасли документ. В нем дана критическая оценка существующих проблем и вызовов отрасли, а также определены необходимые пути их решения. Успешная реализация ее целей и задач конечно не решит все существующие проблемы отрасли, но способна улучшить ее текущее состояние, а также дать дополнительный импульс для развития страны в целом. Автором видится целесообразность дополнить данную стратегию подобными документами в которых отразить необходимость формирования у населения бережного отношения к природе (экологического мышления), а также усиления работы по вторичной переработке промышленных и бытовых отходов.

Литература:

1. [Анализ, прогнозирование, переработка: как нейросети спасают планету | РБК Тренды \(Электронный ресурс\) Режим доступа: \[rbc.ru\].](#)

2. Колесенков А. Н. Современные подходы к обработке данных при построении геоинформационных систем экологического мониторинга / А. Н. Колесенков // Известия ТулГУ. Технологические науки. — 2016. — № 9. — С. 104.
3. Показ моделей: что умеет «Логос Гидрогеология» (Электронный ресурс) Режим доступа: [<https://strana-rosatom.ru/2022/03/28/pokaz-modelej-chto-umeet-logos-gidrog/>]
4. Программное изделие геоинформационная система «ПАНОРАМА» (ГИС «Панорама х64») Установка и настройка программы ПАРБ.00046-06 93 04 <https://gistoolkit.com/download/doc/paninstallmanual.pdf>
5. Программный комплекс для моделирования движения подземных вод «Логос Гидрогеология»
6. Распоряжение Правительства РФ от 8 декабря 2021 г. № 3496-р «Об утверждении стратегического направления в области цифровой трансформации отрасли экологии и природопользования».
7. Указ Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года».
8. «1С:Экология. Охрана окружающей среды КОРП» (Электронный ресурс) Режим доступа: [https://solutions.1c.ru/catalog/ehs_envprot_corp/features]

Сергеев Александр Валентинович,
Старший преподаватель кафедры Основ математики и информатики
АНО ВО «Российский Новый Университет»
e-mail: sav_068@mail.ru
SPIN: 3684-5672

Применение балльно-рейтинговых систем в образовательных организациях

Аннотация: В данной работе рассмотрены основные тенденции использования и развития балльно-рейтинговой системы в образовательных организациях. Проведён сравнительный анализ используемых систем для определения применимости в различных сферах деятельности.

Ключевые слова: балльно-рейтинговая система; образовательная организация; сравнительный анализ

The use of point-rating systems in educational institutions

Annotation: This paper examines the key trends in the use and development of the grading system in educational institutions with the application of artificial intelligence. A comparative analysis of the systems used has been conducted to determine their applicability in various fields of activity.

Keywords: point-rating system; educational organization; comparative analysis

Все более актуальной и значимой становится разработка и внедрение в учебный процесс технологий, которые позволяют производить мониторинг работы студентов и преподавателей. Подобные технологии призваны помочь студентам лучше усваивать учебную программу, преподавателям контролировать процесс обучения, а руководящему составу производить мониторинг деятельности предприятия и при необходимости принимать необходимые меры. Одной из таких технологий является рейтинговая система оценки деятельности, которая представляет собой систему контроля, которая выражается в баллах, отражающих успешность усвоения студентами различных блоков учебного материала, различных соотношениях и так далее.

Главной задачей балльно-рейтинговой технологии оценивания достижений студентов предлагалось считать повышение мотивации к усвоению фундаментальных и профессиональных знаний. [7] Основная концепция функционирования балльно-рейтинговой системы заключается в том, что каждый элемент получает определенную оценку или балл на основе заранее определенных критериев. После этого элементы упорядочиваются по убыванию или возрастанию присвоенных им баллов, что позволяет выделить самые высоко- и низкооцененные элементы в рамках такой выборки.

Для эффективной работы балльно-рейтинговой системы необходимо задать множество критериев. Известно, что наибольший результат от учебной деятельности достигается студентом в

результате упорной и регулярной работы на протяжении всего семестра. [2] Если рассматривать образовательную организацию, то основой может являться формирование содержания образовательных модулей в виде отдельных логических блоков, требования к работе студентов с преподавателями, регулярная и объективная оценка и начисление баллов, соблюдение дисциплины со стороны всех участников образовательного процесса и так далее.

В основном метод оценки с помощью балльно-рейтинговых систем хорошо зарекомендовал себя в сфере высшего образования, но он также постепенно внедряется в школы и колледжи. В зависимости от типа учебного заведения и необходимых параметров для отслеживания, критерии оценки могут меняться. При использовании любой информационной системы можно выделить преимущества и недостатки. Рассмотрим их в контексте применения балльно-рейтинговой системы в высшем образовании.

Основными преимуществами применения балльно-рейтинговой системы являются:

1. Мотивация студентов на регулярную и систематическую учебную работу;
2. Уменьшение влияние случайных факторов при сдаче экзаменов и зачетов;
3. Создание конкуренции между студентами в учебной деятельности;
4. Выставление более реалистичных оценок успехов студента относительно других;
5. Установка объективных критериев для отбора студентов и продолжения обучения на последующих

степенях высшего образования.

Помимо преимуществ также можно выделить недостатки использования подобных систем:

1. В основном преподаватели вынуждены готовить гораздо большее количество материала для модульных и экзаменационных работ;

2. При использовании балльно-рейтинговой системы, преподаватели вынуждены проверять дополнительные задания до того, как студент наберет достаточное количество баллов;

3. Оценка знаний студента в дополнительном учебном материале, не включенном в учебную программу, не учитывается. Это могут быть различные публичные выступления, участие в конференциях и внеучебная деятельность, которая также может мотивировать студента на достижение лучшего результата;

4. Часто студенты, стремясь зарабатывать баллы, требуют от преподавателей начисления баллов за каждое задание, не проявляя интерес к выполнению.

5. Балльно-рейтинговая система не учитывает психологические особенности личности студента, их жизненные позиции, потребности, уровень тревожности и готовность к обучению.

Первый вопрос, который возникает в связи с внедрением БРС в вузах, какова цель этого внедрения? [6] Существует множество систем для контроля успеваемости студентов, но, как правило, почти каждая балльно-рейтинговая система разрабатывается с упором на мониторинг и учёт полученных баллов по изучению дисциплин в соответствии с рабочей программой и не предусматривает задание параметров для иной деятельности студента.

Само название системы обусловлено тем, что используется два типа оценивания: рейтинги и баллы. Рассмотрим какие рейтинги возможно учесть в системе.

- Нормативный рейтинг;
- Фактический рейтинг;
- Накопленный рейтинг;
- Пороговый рейтинг;
- Средний рейтинг за период.

В основе любого рейтинга действует система накопления баллов, которые присваиваются студенту в зависимости от успешного освоения дисциплин и выполнению учебного плана. Баллы могут присваиваться как при освоении дисциплины (семинары, практические занятия и т.д.), так и при итоговой аттестации (зачёты, экзамены, курсовые проекты и т.д.).

Рассмотрим применение балльно-рейтинговой системы на примере использования платформы LMS Moodle. Moodle — это популярная система управления обучением (LMS), которая может быть использована для балльно-рейтинговой оценки успеваемости студентов. Для анализа работы в этой системе были опрошены студенты заочной формы обучения с применением дистанционных технологий. Выделим некоторые преимущества и недостатки использования Moodle в качестве балльно-рейтинговой системы.

Преимущества:

1. Гибкость. Moodle предоставляет широкий спектр возможностей для создания и управления курсами, включая возможность создания различных типов оценочных заданий.

2. Онлайн-оценивание. Система позволяет создавать онлайн-тесты и задания, что упрощает процесс оценки и обратной связи.

3. Доступ к обучающим материалам. Студенты могут получить

доступ к учебным материалам, заданиям и оценочным критериям через одну платформу.

4. Отслеживание прогресса. Система Moodle позволяет преподавателям отслеживать прогресс студентов, их успеваемость и участие в учебном процессе.

Недостатки:

1. Сложность. Возможно, для некоторых преподавателей и студентов использование Moodle может быть сложным из-за большого количества функций и настроек. В зависимости от типа пользователя существуют существенные отличия в интерфейсе, но, несмотря на скрытость некоторых разделов, те, кто пользуется системой впервые, могут затруднительно справиться с выполнением учебного плана, поскольку пользовательский интерфейс не всегда интуитивно понятен.

2. Требуется большее время на обучение работы с программным обеспечением. Преподавателям и студентам потребуется время на изучение работы с Moodle и его функционалом. Поэтому перед работой с системой необходимо обучить студентов и преподавателей основам работы с ней.

3. Технические трудности. Возможны технические проблемы при использовании онлайн-системы, такие как сбои в работе или сложности с доступом к платформе.

Организационный этап организации балльно-рейтинговой системы оценивания студентов бакалавров является самым трудоемким. [4] Все преимущества и недостатки могут зависеть от конкретной реализации и использования Moodle в конкретном учебном заведении. Настроенность на задачу ранжирования обучающихся по успеваемости главная особенность многих отечественных БРС [5]. В данном

случае будет рассмотрено применение данной системы в рамках использования в высшем учебном заведении.

Что касается практик использования систем оценивания преподавателями, то большая часть опрошенных преподавателей используют собственные системы оценивания наряду с балльно-рейтинговой системой (почти 60 %) [3] Если рассматривать системы, используемые для дистанционного обучения, то можно выделить два типа: LMS и LCMS.

LMS — это виртуальная платформа для обучения. Она объединяет функции организации курсов и материалов, управления процессом обучения и автоматизации рутинных задач, таких как выставление оценок и анализ статистики. В отличие от простого хранилища файлов, LMS представляет собой систему, управляющую образовательным процессом в организации, позволяя создавать курсы, назначать и контролировать обучение сотрудников, а также оценивать их результаты. Это позволяет улучшить внутренний опыт и повысить эффективность обучения в компании, предоставляя возможность дистанционного обучения и управления всеми аспектами образовательного процесса через компьютерную систему. LMS не может следить за этими видами обучения, но управляет наполняемостью курсов, позволяет дополнять курсы различными видами информации, например, текстами или видео. [1]

LCMS (система управления учебным контентом) обладает возможностями создания и управления контентом для электронного обучения. Выбор между этими системами может быть сложным. LCMS предлагает более широкий спектр возможностей по созданию контента, в то время как LMS

ориентирована на управление пользователями и обучением.

Если планируется создавать курсы самостоятельно, то придется выбирать между приобретением LCMS или отдельного LMS и инструмента для разработки. Однако, часто встроенные редакторы курсов имеют ограничения, и не все LMS и инструменты разработки совместимы, что может вызвать проблемы с загрузкой курсов и отслеживанием успеваемости студентов. Чтобы избежать таких проблем, можно выбрать LMS со встроенным инструментом разработки, который обеспечит совместимость и возможность создания интерактивных курсов.

Существует несколько стандартов в LMS. Это языки, на котором LMS и электронные курсы взаимодействуют друг с другом. Выбор единого стандарта для инструментов разработки и LMS обеспечивает успешную передачу информации между ними, что облегчает просмотр и отслеживание результатов курсов. Рассмотрим четыре популярных стандарта электронного обучения:

AICC является одним из старейших технических стандартов, который используется для передачи информации о курсе в формате HTTP. SCORM - широко признанный стандарт, используемый для упаковки электронных курсов на основе контрольных опросов. xAPI, известный также как Tin Can, обладает более широкими возможностями по сравнению с SCORM, позволяя запускать курсы с различных платформ и отправлять данные из различных программ и приложений. IMS LTI объединяет обучающие системы и позволяет создавать и делиться уникальными курсами на разных платформах. Новейший стандарт cmi5 обладает возможностями как SCORM, так и xAPI, позволяя просматривать

содержимое на мобильных устройствах и получать детальную статистику о просмотре различных типов файлов.

Рассмотрим более подробно особенности использования LMS и LCMS в сравнительной таблице 1.

Таблица 1. Сравнительная таблица LMS и LCMS.

Критерий	LMS	LCMS
Функциональность	Предоставляет инструменты для управления учебными курсами, регистрации студентов, отслеживания прогресса, проведения тестов и оценок, а также для управления общением и взаимодействием студентов и преподавателей.	Фокусируется на управлении контентом обучения, включая создание, хранение, редактирование и управление учебными материалами, такими как текст, видео, аудио, интерактивные элементы и т.д.
Цель использования	Предназначен для управления обучающими курсами и учебными процессами, а также для обеспечения доступа к содержимому и лекциям.	Используется для создания и управления контентом обучения, обеспечивая возможность создания интерактивных и мультимедийных материалов для обучения.
Уровень гибкости и настройки	Предоставляет широкий спектр функций, но может иметь ограничения по созданию и редактированию контента.	Обладает более высокой гибкостью и широким спектром настроек для создания и редактирования учебных материалов.
Интеграция	LMS может интегрироваться с различными инструментами для управления обучением, а также с внешними системами, такими как системы управления ресурсами предприятия (ERP).	LCMS также может быть интегрирован с LMS, чтобы обеспечить управление контентом и его использование в рамках учебных процессов.

Балльно-рейтинговая система является обычной практикой во многих университетах по всему миру. Она предполагает оценку студентов на основе набранных ими баллов за выполнение заданий, тестов, экзаменов и других критериев.

Для студентов, балльно-

рейтинговая система может вызывать стресс и давление. Большинство из них стремятся получить высокие оценки, и часто это стремление становится основным источником тревоги и беспокойства. Они могут чувствовать себя под постоянным давлением, поскольку их успехи измеряются в

баллах, что может привести к перфекционизму, страху провала и недовольству собой.

Но балльно-рейтинговая система имеет и свои преимущества. Она может мотивировать студентов к усердной учебе, развивать их конкурентоспособность и амбиции. Подобная система позволяет студентам отслеживать свой прогресс, что может способствовать их личностному и академическому развитию.

Для преподавателей балльно-рейтинговая система является инструментом для оценки их учебной деятельности, что позволяет анализировать успехи студентов и

корректировать методы обучения. Педагог, вынося оценку, должен каждый раз обосновывать ее, руководствуясь критериями оценивания, которые могут трактоваться субъективно. [1]

Балльно-рейтинговая система действительно влияет на психологическое состояние и мотивацию студентов и преподавателей. Для того, чтобы максимально использовать положительные аспекты этой системы и уменьшить ее негативное воздействие, важно создавать поддерживающую и стимулирующую образовательную среду, где студенты могут чувствовать себя уверенно, а преподаватели - компетентно и поддерживаемо.

Литература:

1. Сыромясов А.О., Чиранова И.П. "Принципы эффективного функционирования балльно-рейтинговой системы - опыт ВУЗа" Образовательные технологии и общество, 23 (1), с. 179-185.
2. Макарова М.Н., Анисимов А.Е. (2023). «Социологические аспекты анализа балльно-рейтинговой системы оценки качества знаний студентов». Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения, 7 (3), с. 328-337.
3. Стариченко Б.Е. (2017). «Балльно-рейтинговая система оценивания учебной деятельности студентов: вопросы назначения.» Педагогическое образование в России, (5), с. 116-125.
4. Зубова Л.В., Ренер Е.И., Рожина Т.Д., Степанова О.С. (2016). «Проблемы применения балльно-рейтинговой системы в вузе для контроля учебных достижений студентов.» Педагогическое образование в России, (10), с. 53-60.
5. Кирк Я.Г., Кулинская Е.В. (2019). «Модель расчета балльно-рейтинговой системы оценивания по дисциплине. Педагогика.» Вопросы теории и практики, 4 (3), с. 39-45.
6. Сазонов, Б. А. (2012). «Балльно-рейтинговые системы оценивания знаний: особенности российской практики.» Образование и наука, (9), с. 15-34.
7. Мартынова Ю.В. (2018). «Методические аспекты применения балльно-рейтинговой системы оценивания знаний студентов-бакалавров (на примере направления "педагогическое образование").» Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий, (2 (26)), с. 135-140.
8. Зубова Л.В., Ренер Е.И., Рожина Т.Д., Степанова О.С. (2016). «Проблемы применения балльно-рейтинговой системы в вузе для контроля учебных достижений студентов.» Педагогическое образование в России, (10), с. 53-60.
9. Кирк Я.Г., Кулинская Е.В. (2019). «Модель расчета балльно-рейтинговой системы оценивания по дисциплине. Педагогика.» Вопросы теории и практики, 4 (3), с. 39-45.
10. Макарова М.Н., Анисимов А.Е. (2023). «Социологические аспекты анализа балльно-рейтинговой системы оценки качества знаний студентов». Вестник Удмуртского

университета. Социология. Политология. Международные отношения, 7 (3), с. 328-337.

11. Мартынова Ю.В. (2018). «Методические аспекты применения балльно-рейтинговой системы оценивания знаний студентов-бакалавров (на примере направления "педагогическое образование").» Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий, (2 (26)), с. 135-140.
12. Сазонов, Б. А. (2012). «Балльно-рейтинговые системы оценивания знаний: особенности российской практики.» Образование и наука, (9), с. 15-34.
13. Стариченко Б.Е. (2017). «Балльно-рейтинговая система оценивания учебной деятельности студентов: вопросы назначения.» Педагогическое образование в России, (5), с. 116-125.
14. Сыромясов А.О., Чиранова И.П. "Принципы эффективного функционирования балльно-рейтинговой системы - опыт ВУЗа" Образовательные технологии и общество, 23 (1), с. 179-185.

Токарев Алексей Олегович,
Старший преподаватель кафедры ОМИИ
e-mail: aleksejtoka@ya.ru
SPIN: 6002-3368

Устройства диагностики человеческого организма в эпоху цифровизации

Аннотация: В статье рассмотрены различные устройства, благодаря которым человек может обследовать себя самостоятельно. Данные таких обследований хранятся и анализируются на телефоне пользователя в специальных приложениях. Полученные данные можно использовать как для простого наблюдения за состоянием своего здоровья, так и для дальнейшего анализа и обследования организма на приёме у врача.

Ключевые слова: обследование организма; цифровизация; диагностика; анализ данных; показатели здоровья

Gryazneva K.G., Pupriyanova A.A.

Devices for diagnostics of the human body in the age of digitization

Annotation: The article discusses various devices thanks to which a person can examine himself independently. Data from such surveys are stored and analyzed on the user's phone in special applications. The data obtained can be used both for simple monitoring of the state of your health, and for further analysis and examination of the body at a doctor's appointment.

Keywords: examination of the body; digitalization; diagnostics; data analysis; health indicators

Развитие телемедицинских проектов началось в основном из-за пандемии, когда люди почувствовали острую необходимость в данном виде цифровых услуг. Благодаря таким цифровым технологиям увеличились возможности пациентов. Конечно, где есть плюсы, всегда есть и минусы. В этом случае минусом является цифровое неравенство. Его можно разделить на три группы:

1. по доступности оборудования, программного обеспечения и скоростного интернета;
2. по уровню цифровой грамотности населения;
3. по уровню социальных преимуществ, которые пользователи получают при

использовании технологий.

К первому уровню относится проживание в сельской местности, на отдаленных территориях, принадлежность к малообеспеченным гражданам.

Ко второму уровню относятся такие факторы как старший возраст, отсутствие возможности для личной встречи с врачом.

К третьему уровню относятся различия в ожиданиях результативности: в первую очередь должен обратиться с консультацией пациент, который находится в более тяжелом состоянии, но они сталкиваются с барьерами первого и второго уровня.

В 2023 году стартовал федеральный пилотный проект по

дистанционному мониторингу здоровья больных гипертонией и сахарным диабетом на диспансерном наблюдении. Пациентам выдавали приборы для измерения показателей здоровья, которые автоматически передавались в медицинскую организацию. Эти показатели включали: давление, пульс, содержание сахара в крови. Данная методика позволяет быстро при необходимости корректировать назначения врачей. Также стала возможна оперативная помощь при ухудшении показателей здоровья пациента. По статистике, дистанционными услугами пользуются чаще молодые и здоровые пациенты, чем больные и малоподвижные.

На государственном уровне телемедицина закрепляется в таких законодательных актах как:

1) Приказ Министерства здравоохранения РФ от 30.11.2017 № 965н «Об утверждении порядка организации и оказания медицинской помощи с применением телемедицинских технологий».

2) Федеральный закон от 29.07.2017 № 242-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам применения информационных технологий в сфере охраны здоровья».

Данный закон нацелен на развитие телемедицины. Благодаря ему врачи получили возможность официально консультировать пациентов по видеосвязи или телефону. Закон позволяет:

- гражданам получать консультации и консилиумы, обеспечивающие дистанционное взаимодействие врачей

между собой, врача и пациента или его законного представителя, а также дистанционный мониторинг состояния здоровья пациента;

- врачам выдавать гражданам рецепты на лекарственные препараты, справки и рецепты на медицинские изделия в форме электронного документа;
- государству повысить качество медицинских услуг и доступность медицинской помощи, в том числе путем решения наиболее острых проблем доступа к медицинским услугам и инфраструктуре системы здравоохранения в целом.

В настоящее время развитие технологий неуклонно продвигает нас в будущее, где «умные» устройства становятся все более распространенными в нашей повседневной жизни. В сфере здоровья появились умные весы и умные часы, которые приносят огромные преимущества в нашу жизнь. Рассмотрим пользу использования этих инновационных устройств.

1. Умные весы



Рисунок № 1. «Умные весы - Dykemann Smartwaage NP-16»

Умные весы одни из самых распространенных умных гаджетов. Как и обычные весы они могут измерять вес, также к их функциям добавляются новые показатели. Это: измерение массы мышц, процент жира, количество воды в организме и др. Главная задача данных показателей — это мониторинг за состоянием здоровья организма. Дальше в статье будет рассмотрено как именно устройство узнает различные показатели человека.

Сбор данных — это не единственное что могут весы, они также способны анализировать полученную о пользователе информацию. Данные анализируются путем биоимпедансометрии. Измерение происходит благодаря разному электрическому сопротивлению тканей. Регистрируя данные о сопротивлении, можно проанализировать состав и изменения тканей.

Используя умные весы, человек не наносит себе никакого вреда. Испускаемый весами электрический импульс очень слаб, из-за этого человек его не чувствует. Для измерения и передачи информации на телефон в платформу встроены специальные датчики. Разберемся какие данные собирают умные весы.

Вес. Для человека одним из важнейших показателей состояния

здоровья является вес. Благодаря ему возможно оценить прогресс ваших тренировок (если вы занимаетесь спортом). Из чего следует, что наиболее значим этот показатель для людей, которые занимаются спортом или сидят на диете. Вес могут измерять любые электронные часы, для этого используются специальные сенсоры, которые реагируют на нагрузку и определяют вес человека.

Расчет Индекса массы тела (ИМТ). Соответствие роста и веса человека является важным фактором оценки уровня здоровья. Для определения нормы используется индекс массы тела. ИМТ — это соотношение роста и веса. Специальное приложение при измерении веса будет показывать ваш ИМТ на данный момент, а также давать расшифровку. Чтобы эта функция работала, нужно вести в приложение свой рост.

Значения ИМТ, приведенные ниже, являются ориентиром для оценки уровня здоровья:

- до 16 — значительный дефицит;
- от 16 до 18,5 — масса недостаточная;
- от 18,5 до 25 — показатель в норме;
- от 25 до 30 — развивается предожирение;
- выше 30 — ожирение.

Не стоит забывать, что нужно учитывать процентное содержания в теле жира и мышц. Мышечная масса влияет на вес, так как является компонентом более плотным, чем жировая ткань.

Процент жира в организме. Умные весы могут предоставить информацию о содержании подкожного жира в теле. Уровень сопротивления тканей в организме ниже, чем у жировых клеток. Благодаря этому факту показатель

находится по оценке сопротивления тканей.

Процент мышц. Проанализировав этот показатель можно понять имеют ли успех ваши тренировки и режим питания. Для многих спортсменов или людей, следящим за своей фигурой, важен контроль за мышечной массой. Определяется этот показатель с помощью сложных формул. Такие формулы нуждаются в данных о массе тела, содержании воды, жировой ткани и костной массе.

Процент костной массы. Определения скелетная масса и костная масса не одно и то же. Скелет состоит из минеральных и органических

составляющих. Костная масса включает в себя только минеральные вещества. Процент костной массы определяется по результатам биоимпедансного анализа, а также полу, возрасту и росту. Благодаря этому можно оценить прочность костной системы.

Процент воды. Этот показатель меняется в зависимости от объема выпитой жидкости, пищи, физической активности и т. п. Поддержание баланса воды является важным действием для поддержания здоровья организма. Норма содержания воды в организме составляет примерно 55–65%.

Ниже для ознакомления приведена таблица удельных сопротивлений:

Таблица 1 «Удельные сопротивления элементов человеческого тела»

	Ом*m
Спинально-мозговая жидкость	0,55
Кровь	1,66
Мышцы	2
Ткань мозговая и нервная	14,3
Жировая ткань	33,3
Кожа сухая	10 ⁵
Кость без надкостницы	107

Конечно, умные весы не способны заменить медицинское обследование, но они помогут вовремя выявить некоторые заболевания.

2. Умные часы

Умные часы тоже могут стать незаменимым помощником в поддержании здорового образа жизни. Показатели за день можно увидеть на самих часах, а в приложении вы можете открыть и посмотреть всю хронологию вашей деятельности. По причине их многофункциональности пользователю удобно следить за своей физической активностью и важными показателями организма. Также стоит отметить, что они не мешаются во время тренировок из-за своей компактности и легкости.



Рисунок №2. «Умные часы Xiaomi Mi Watch»

Контроль качества сна

Крепкий сон — залог хорошего здоровья. Для активного образа жизни нужно много энергии, что значит необходим здоровый, крепкий и долгий сон. Умные часы могут распознавать фазы

сна и определять их продолжительность. Это позволяет понять какое состояние здоровья у человека. На основе полученных данных приложение делает выводы и рекомендации. Рекомендации представляют собой советы по повышению качества сна и улучшению здоровья. Одной из функций часов является анализ дыхания во время сна. Данная функция помогает выявить проблемы с дыханием, которые негативно сказываются на качестве сна.

Постоянное измерение пульса

Умные часы способны непрерывно измерять пульс носителя. Главное условие — носит устройство не снимая. Этот параметр нужен для оценки пульса в состоянии покоя. Данные о показателе можно увидеть и проанализировать в приложении.

Пульс в состоянии покоя

В состоянии покоя у здорового человека пульс 60–84 ударов в минуту. Конечно же, данный показатель зависит от таких параметров как пол и возраст. Если пульс ниже нормы, где-то 40–50 ударов в минуту, то это может означать либо прекрасное состояние сердечно-сосудистой системы, либо наличие каких-либо серьезных проблем с сердцем.

Как использовать показатель «пульс в состоянии покоя»?

После различных нагрузок организм всегда нуждается в отдыхе. Показатель пульса может помочь понять, достаточно ли отдохнул организм или нет. Если пульс повышен на следующий день после нагрузки (тренировки), то значит, нужно увеличить время для полного восстановления организма.

Пульс может повышаться во время болезней, вирусных инфекций. Естественно, после болезни организму нужен отдых для полного восстановления. В этом случае также смотрим увеличен ли пульс или нет, требуется еще время на

отдых или вы уже успели поправиться.

Стоит обратить внимание, что нахождение пульса в верхней границе нормы 84–90 ударов в минуту — плохой знак. Это может указывать на сердечные проблемы. В таком случае стоит обратиться к врачу для проверки состояния вашего здоровья. Не следует откладывать поход к врачу, ведь у вас может и вправду быть серьезное заболевание, а как всем известно, лучше обнаружить болезнь на ранних стадиях, чем на поздних.

Самая главная функция непрерывного измерения пульса — предупреждение о высоком или низком пульсе. Значение пульса 120 ударов и выше может указывать на различные заболевания организма: неправильную работу щитовидной железы, болезни легких, нарушение нервной системы или обмена веществ.

Оптические пульсометры умных часов достаточно точно измеряют пульс в состоянии покоя. Благодаря этому они могут предупредить носителя о таких заболеваниях как тахикардия или брадикардия

С ростом популярности умных часов стало известно множество историй о том, как умные устройства помогли обнаружить различные патологии и заболевания с помощью только одной функции — предупреждения о слишком высоком пульсе.

Предупреждение о повышенном пульсе стало поводом проверить свое здоровье для жителя Гонконга. Хоть он и не чувствовал какого-либо дискомфорта, но решил, что лучше немедленно обратиться к врачу. После обследования оказалось, что две из коронарных артерий были полностью заблокированы, а третья — на 90%. На следующий день ему сделали операцию, благодаря которой его жизни больше ничего не угрожало.

Другая история произошла с 18-летней девушкой. Ее часы сообщили о очень высоком пульсе в состоянии покоя, 160 ударов в минуту. Мать девушки решила, что данная ситуация не является серьезной проблемой. Однако вскоре показатель увеличился до 190 ударов в минуту. Дискомфорта девушка не испытывала, была только легкая одышка. После обращения к врачу была выявлена почечная недостаточность. Только пятая часть почек работала правильно. Но других симптомов, кроме повышенного пульса, у девушки не было. Только благодаря часам девушка смогла вовремя обратиться к специалисту до того, как потребовалась пересадка почек.

Можно упомянуть об истории медсестры, которая купила умные часы для контроля количества шагов, которые она проходит за смену. На приеме врача она показала данные о ежедневном пульсе в приложении. Просмотрев данные, врачи решили провести полное обследование сердца. Ей поставили диагноз — атриовентрикулярная блокада. Благодаря заблаговременному обращению к врачу она смогла обнаружить заболевание на ранней стадии.

Используя на умных часах функцию непрерывного измерения пульса, можно всегда быть в курсе состояния вашего сердечного ритма. Вследствие чего вы сможете вовремя обратиться к специалисту в случае нарушения ритма или увеличения/уменьшения пульса.

Есть множество других устройств, которые помогают следить за своим здоровьем:

Фитнес-браслеты помогают отслеживать число пройденных шагов, что позволяет владельцам знать пройденное ими расстояние. После в приложении или на самих браслетах можно узнать свой пульс и количество

сброшенных калорий. Также они помогают не забыть о питье воды и физической активности.



Рисунок №3. «Фитнес-браслеты Xiaomi»

Зубная щетка с функцией анализа процесса чистки зубов следит за тщательностью и эффективностью чистки. Приложение показывает участки полости рта, которым нужен особенный уход. Также результаты чистки можно отправлять врачу-стоматологу. Это поможет в оценке и дальнейшем назначении необходимых процедур.



Рисунок №4. «360 T1 умная зубная щетка с 5 режимами очистки/функция умного таймера»

Мониторы ЭКГ и тонометры регистрируют отклонения в работе сердца и контролируют уровень артериального давления. Данные устройства обеспечивают постоянную и безболезненную диагностику заболеваний и помогают в их профилактике.



Рисунок №5. «Тонومتر AND UA-777 AC с адаптером»



Рисунок №7. «Немецкий глюкометр IME-DC PRINCE»



Рисунок №6. «Биосенсоры»

Они предоставляют пользователю информацию о различных показателях: температуре тела, частоте дыхания и уровне физической активности.

Минимально инвазивные **глюкометры** выглядят в форме наклейки на руку. Они способны автоматически передавать информацию об уровне глюкозы в крови. Таким устройством пользуются пациенты с сахарным диабетом. Инсулиновые помпы позволяют комфортно и вовремя вводить препарат. Обеспечивает работу устройства внешний резервуар с инсулином и батареей. Через систему катетеров резервуар соединен с мягкой иглой, которая вводится подкожно. Инъекции инсулина в соответствии с рекомендацией врача проводятся раз в несколько дней.

С помощью мобильных приложений, созданных для взаимодействия с умными устройствами, пользователи смогут вести личный дневник здоровья, отмечать симптомы, приемы пищи и употребление лекарств. Новые поколения носимых гаджетов имеют способность передавать данные напрямую в электронную медицинскую карту пациента. Такая информация весьма эффективно влияет на процесс мониторинга состояния здоровья со стороны врачей. Совместимость между электронными картами и носимыми устройствами является выгодной для всех сторон. Благодаря этому пациент находится под надежным медицинским контролем. Врачи же получают своевременную информацию даже о незначительных изменениях в состоянии пациента и могут корректировать лечение, предотвращая обострения состояния пациента.

Литература:

1. Приказ Министерства здравоохранения РФ от 30.11.2017 № 965н «Об утверждении порядка организации и оказания медицинской помощи с применением телемедицинских технологий»
2. Федеральный закон от 29.07.2017 № 242-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам применения информационных технологий в сфере охраны здоровья»
3. Умные весы: что это, как работают? URL: [<https://polaris.ru/article/kak-rabotayut-umnye-vesy/>]
4. Умные весы: насколько они умны, что измеряют и как ими пользоваться лучше всего. URL: [<https://club.dns-shop.ru/blog/t-223-vesyi-napolnyie/92695-umnye-vesyi-naskolko-oni-umnyi-chto-izmeryaut-i-kak-imi-polzovat/>]
5. Д. В. Николаев, С. П. Щелькалина Лекции по билимпедансному анализу состава тела человека. М.: РИО ЦНИИОИЗ МЗ РФ 2016. 152 с. ISBN 5-94116-026-1- с. 29. URL: [<https://medass.su>]
6. Как следить за здоровьем и весом с помощью умных часов? URL: [<https://dzen.ru/a/Y4dR9vQsk3B-HZ2G>];
7. Как фитнес-браслет или умные часы с измерением пульса могут спасти вашу жизнь URL: [<https://dzen.ru/a/Y4dR9vQsk3B-HZ2G>].

Грязнева Ксения Геннадьевна,
студент АНО ВО «Российский Новый Университет»
e-mail: gryaznevakg@stud.rosnou.ru

Куприянова Алина Андреевна,
студент АНО ВО «Российский Новый Университет»
e-mail: kupriyanovaAIA@stud.rosnou.ru

Научный руководитель:

Пащенко Валентина Петровна,
старший преподаватель кафедры Основ математики и информатики АНО ВО «Российский Новый Университет»
e-mail: VPA0705@yandex.ru

SPIN: 6294-9848

Смолина Светлана Георгиевна,
к.т.н., доцент кафедры Основ математики и информатики АНО ВО «Российский Новый Университет»
e-mail: smolinas@mail.ru
SPIN: 2551-7868

Анализ эффективности принципов и методов расчета экологического ущерба в Российской Федерации

Аннотация: в статье авторы указывают актуальность темы исследования, связанную с низкой эффективностью правоприменительных практик в области расчета экологического ущерба. Приводят институциональные проблемы, которые можно наблюдать в процессе расчета экологического ущерба в связи с его методологическими особенностями. Авторы посредством анализа формулируют основные проблемы эффективности действующего природоохранного законодательства.

Ключевые слова: экологический ущерб; экологический вред; структура экологического ущерба; принципы расчета экологического ущерба; эффективность природоохранного законодательства

Ivanova A.I.

Analysis of the effectiveness of principles and methods for calculation of the environmental damage in the Russian Federation

Annotation: in the article, the author indicates the relevance of the research topic related to the low effectiveness of law enforcement practices concerning environmental damage payment calculation. The author states the institutional problems that can be observed in the mentioned process due to its methodological features. Through the analysis, the author formulates the main legislative problems of the effectiveness of the topic.

Keywords: environmental damage; structure of environmental damage; principles of calculation of environmental damage; effectiveness of environmental legislation

На данный момент проблема экологической безопасности охватывает большинство стран мира. Одним из наиболее распространенных показателей, способных отразить негативное воздействие на окружающую среду, является показатель экологического ущерба, возникающего в результате той или иной хозяйственной деятельности. Для расчета экологического ущерба были разработаны законодательно закрепленные методики, на основании

которых проводится экологическая экспертиза, релевантность результатов которой зачастую вызывает сомнения.

Целью данной работы является изучение природоохранного законодательства в области расчета экологического ущерба и выявление наиболее часто встречающихся проблем.

Объектом исследования является законодательство в сфере расчета экологического ущерба.

Основные проблемы применяемых

принципов и методов расчета экологического ущерба:

Действующий порядок определения размера вреда окружающей среде, осуществляется, исходя из фактических затрат на восстановление нарушенного состояния окружающей среды, с учетом понесенных убытков, в том числе упущенной выгоды, а также в соответствии с проектами восстановительных работ, при их отсутствии в соответствии с таксами и методиками исчисления размера вреда окружающей среде, утвержденными органами исполнительной власти, осуществляющими государственное управление в области охраны окружающей среды. Обратившись к правоприменительной практике, можно заметить, что выявление основных факторов воздействия на окружающую среду для проведения стоимостного анализа экологического ущерба обнаруживает уязвимые места и противоречия.

Основополагающий принцип оценки ущерба окружающей среды, выступающий основой для современной российской методологии, может быть сформулирован следующим образом: при загрязнении окружающей природной среды на уровне, не превышающем пороговых значений ПДК, ущерб можно условно приравнять нулю. И, наоборот, при достижении (а тем более превышении) ПДК экологический ущерб становится бесконечно большим.

Основополагающий принцип расчета экологического ущерба рождает и одну из его наиболее серьезных проблем: законодательно допускается негативное воздействие на окружающую среду в пределах установленных нормативов. Таким образом, получается, что соблюдение указанных нормативов является признаком правомерного

поведения, а это означает, что существует не штрафуемый порог воздействия на среду, что в свою очередь, означает, что нынешнее законодательство не учитывает, predetermined таким подходом, наличия накопленного экологического ущерба, формируемого десятилетиями.

Оценка накопленного экологического ущерба важна на данный момент потому, что различные вредные вещества, попадая в окружающую среду, могут оказывать не только одномоментное, но и отложенное воздействие. При этом они подчас сохраняются в течение длительного времени сами, объединяются «старые» и «новые» загрязнители. Трудно спрогнозировать заранее, как себя поведет смесь вредных веществ в конкретной экосистеме в конкретный момент. На это влияет порой даже установившийся в течение длительного времени погодный режим, могущий как усугубить разрушительный эффект, так и ослабить его.

Обратившись к нынешнему законодательству, можно увидеть четкое определение: накопленный вред окружающей среде — вред окружающей среде, возникший в результате прошлой экономической и иной деятельности, обязанности по устранению которого не были выполнены либо были выполнены не в полном объеме. Из данного определения следует, что это вред, который был некогда обнаружен, но не был правильно устранен, хотя основная проблема оценки накопленного экологического ущерба состоит в том, что его практически невозможно спрогнозировать, оттого он на долгое время становится «невидимым».

В соответствии с пунктом 3 статьи 1064 Гражданского кодекса Российской Федерации, вред, причиненный в связи с

исполнением правомерных действий, то есть без превышения предельно допустимых концентраций и предельно допустимых уровней, подлежит возмещению в случаях, предусмотренных законом. Здесь можно заметить, что в случае, если последствия какого-либо загрязнения от накопленного экологического ущерба проявляются спустя несколько лет, то доказать виновность невозможно, ведь все выбросы и воздействия были в пределах допустимых концентраций и уровней.

Можно выделить несколько основных пробелов в законодательстве РФ, относящиеся к сфере оценки экологического ущерба:

Отсутствие единой методологии, позволяющей получать объективные значения экологического ущерба, сопоставимые по различным параметрам, затрудняет проведение комплексного сравнительного анализа;

Отсутствие точности в определении терминов, связанных с экологическим ущербом, предоставляет возможность для различных толкований и интерпретаций. Эта неоднозначность становится причиной осложнения разработки конкретных решений в области охраны окружающей среды;

Использование «таксового» способа стоимостной оценки экологического ущерба, который исключает проведение экономического анализа, что приводит к получению значений, не связанных с реальными экономическими условиями;

Отсутствие учета большого количества видов экологического ущерба, таких как потеря экосистемных услуг, ущерб от выбросов парниковых газов, ущерб от загрязнения атмосферы токсичными веществами, ущерб от потери биоразнообразия и других;

Не ясна правовая природа

экологического ущерба из-за того, что к нему изначально относились как к проблеме гражданско-правового профиля. Определяющее обстоятельство в данном случае — это наличие зафиксированного вреда, что делает возможным отклонение рассмотрения дел, в которых вред не обнаружен, несмотря на то что накопленный экологический ущерб имеется;

Отсутствие четкого представления об основных факторах, влияющих на размер исчисления вреда окружающей среде, объясняется исключительным свойством окружающей среды к самостоятельной нейтрализации негативного антропогенного воздействия, что в значительной степени осложняет возможность точного расчета причиненного ей ущерба, в связи, с чем определение размера вреда окружающей среде может производиться в соответствии с утвержденными нормативно-правовыми актами, таксами и методиками исчисления размера вреда окружающей среде.

Более того, второй основополагающий принцип расчета экологического ущерба состоит в учете временного аспекта. Несмотря на очевидность учета фактора времени (для того, чтобы учесть то количество времени, которое уйдет на восстановление экосистемы и ее составных частей) получается ситуация, в которой внимание уделяется лишь экономическому аспекту — уровню инфляции. Качественное применение данного принципа позволило бы учесть стоимость восстановительных работ во временной перспективе, ведь оплата труда работников на год и на десять лет будет разительно отличаться в стоимости, что делает нынешнюю оценку довольно неточной даже с экономической точки зрения.

В том числе, на данный момент совсем не учитываются некоторые виды ущерба экологии среды:

Косвенные или вторичные последствия, которые могут возникнуть в результате инцидента, например, разлив химических веществ может непосредственно затронуть основных представителей флоры и фауны. Стоит учитывать, что экосистема – это система замкнутого цикла, в связи с этим вторичные потребители, которые питаются этими видами, но не подвергаются непосредственному воздействию разлитого химического вещества, могут пострадать в результате косвенных реакций пищевой цепи.

К сожалению, не учитываются и столь тонкие моменты, как "маршруты миграции". Миграционные маршруты могут быть определены как пути индивидуального перемещения от любого конкретного места размножения к местам, не предназначенным для размножения видов (например, птиц, рыб), которые их используют. При строительстве крупных автодорог не учитывается экосистемный вред, причиненный в связи с невозможностью или затруднением миграции животных;

Накопленный экологический ущерб;

Ущерб здоровью через биоаккумуляцию опасных веществ, находящихся в продуктах питания. В отношении растений, такими опасными составляющими являются пестициды, инсектициды, удобрения и другие химические соединения, которые используются для обеспечения высокой урожайности и предотвращения появления вредителей и болезней. Что касается скотоводства, здесь применяются гормональные препараты, антибиотики, а также стимуляторы роста.

В обоих случаях наблюдается отсутствие нормативов ПДК веществ, так как на рынок очень быстро проникают новые химические с/х продукты;

Утрате экосистемных услуг также не придается должного внимания. Экосистемные услуги представляют собой ценные блага, которые люди получают бесплатно от окружающей среды и оптимально функционирующих экосистем, без которых невозможно, например, обеспечение чистой питьевой воды, разложение отходов, естественное опыление сельскохозяйственных культур и другие.

Вывод: таким образом, можно однозначно сказать, что методы расчета экологического ущерба и стоимости его компенсации сложно считать комплексными, и тем самым, достаточно необъективными для эффективного использования. В связи с этим, значительно разнится стоимость возмещения ущерба от методики к методике, что делает возможным учет множества результатов, полученных посредством разных методологических экспертных оценок, и выбор из них, «наиболее подходящего» по стоимостному принципу. Все вышеперечисленной свидетельствует о наличии как институциональной проблемы, связанной с деятельностью судебных инстанций и экспертных групп, так и законотворческой, раскрывающейся в немалочисленных пробелах нынешнего законодательства и его частичной неактуальности.

Литература:

1. Федеральный закон от 10.01.2002 N 7-ФЗ (ред. от 04.08.2023) "Об охране окружающей среды" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2023). URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/17718> (дата обращения: 20.10.2023).
2. Приказ Росстата «Об утверждении статистического инструментария для организации Росводресурса федерального статистического наблюдения об использовании воды» № 230 от 19.10.2009 г. (ред. от 05.05.2016 г.). URL: <https://legalacts.ru/doc/prikaz-rosstata-ot-19102009-n-230-ob/?ysclid=lpbgcuav29623154859> (дата обращения: 10.10.2023).
3. Приказ Росстата «Об утверждении статистического инструментария для организации Федеральной службой по надзору в сфере природопользования федерального статистического наблюдения за отходами производства и потребления» № 529 от 10.08.2017 г. URL: <https://base.garant.ru/71742966/?ysclid=lpbgdxljz193569732> (дата обращения: 12.10.2023).
4. Приказ Росстата «Об утверждении статистического инструментария для организации Федеральной службой по надзору в сфере природопользования федерального статистического наблюдения за охраной атмосферного воздуха» № 661 от 08.11.2018 г. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_310652/?ysclid=lpbgeloq62577750213 (дата обращения: 09.10.2023).
5. Правовые проблемы возмещения вреда, причиненного окружающей среде: сборник материалов Международной научно-практической конференции (МИИГАиК, ИЗиСП, 23 марта 2017 г.) / отв. ред. С.А. Боголюбов, Н.Р. Камынина, М.В. Пономарев. –М.: МИИГАиК, –2017. URL: https://www.hse.ru/data/2019/03/15/1183145837/СБОРНИК%20март_2017.pdf?ysclid=lpbgjfflzm458055775 (дата обращения: 02.11.2023).
https://www.hse.ru/data/2019/03/15/1183145837/СБОРНИК%20март_2017.pdf?ysclid=lnhdvbelx38459801 (дата обращения: 23.10.2023).
6. Каракеян, В. И. Экономика природопользования : учебник для вузов / В. И. Каракеян. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 330 с.— Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509522> (дата обращения: 23.11.2023).
7. Кочкарова, А. А. Экологический вред: к вопросу о понятии и особенностях возмещения / А. А. Кочкарова. // Молодой ученый. — 2018. — № 22 (208). URL: <https://moluch.ru/archive/208/50883/> (дата обращения: 15.10.2023).
8. Grabovy P. (2023). Methodological principles of forming a mechanism for assessing environmental damage from the functioning and development of industrial real estate within the boundaries of the urban environment/ Galishnikov I. Volkov R. // E3S Web of Conferences. — 2023. URL: https://www.researchgate.net/publication/372622660_Methodological_principles_of_forming_a_mechanism_for_assessing_environmental_damage_from_the_functioning_and_development_of_industrial_real_estate_within_the_boundaries_of_the_urban_environment (дата обращения: 24.10.2023).
9. Lipton J. Determining and Quantifying Environmental Damage // Springer eBook, Springer Nature. — 2018. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-90-481-9812-2_4 (дата обращения: 14.10.2023).

Иванова Анна Ильинична,

Студентка АНО ВО «Московский международный университет»

e-mail: pipidastra26@yandex.ru

ORCID: 0009-0007-5409-0602

Научный руководитель:

Агеев Андрей Андреевич,

д.т.н., профессор, профессор кафедры основ математики и информатики АНО ВО «Российский новый университет»

e-mail: ageev49@bk.ru

SPIN: 6281-6050

Жигунова Людмила Капитоновна,

АНО ВО «Московский международный университет», к.х.н., доцент, заведующая кафедрой технологии наноматериалов, АНО ВО «Российский новый университет»

e-mail: l.zhigunova@mmu.ru

SPIN: 2829-7415

Перспективы экологии как компонента концепции устойчивого развития

***Аннотация:** В настоящее время тема устойчивого развития остается очень актуальной. Множество исследований проводится в этом направлении, выпускаются учебники, касающиеся его напрямую или косвенно, множественные статьи освещают отдельные аспекты устойчивого развития. В связи с текущей на данный момент геополитической ситуацией, вопросы экологии по мнению некоторых исследователей отходят на задний план, выпуская вперед, к примеру, цель в области устойчивого развития (далее -ЦУР) №2«Ликвидация нищеты», ЦУР 3 «Здоровье и благополучие» и ЦУР 16 «Мир, правосудие и эффективные институты».*

Целью данного исследования является анализ приоритетных направлений целей устойчивого развития, с учетом текущих геополитических, экономических и социальных факторов.

***Ключевые слова:** инновационная политика компаний; устойчивое развитие; экология; экономическая политика; ESG*

Perspectives on ecology as a component of the concept of sustainable development

***Annotation:** Nowadays the topic of sustainable development remains very topical. A lot of research is being conducted in this direction, textbooks are being published that deal with it directly or indirectly, multiple articles cover certain aspects of sustainable development. Due to the current geopolitical situation, some researchers believe that environmental issues are taking a backseat to, for example, Sustainable Development Goal 2 "Eradicate Poverty", SDG 3 "Health and Well-being" and SDG 16 "Peace, Justice and Effective Institutions".*

The purpose of this study is to analyze the priority areas of the Sustainable Development Goals, taking into account current geopolitical, economic and social factors.

***Keywords:** innovation policy of companies; sustainable development; ecology; economic policy; ESG*

Все большее количество крупных компаний начинает придерживаться концепции устойчивого развития,

возрастает интерес инвесторов к нефинансовым показателям компаний, которые выражаются в аббревиатуре ESG

– Environmental Social Governance. Однако, в связи с изменениями геополитической обстановки, которые происходят в мире, встает вопрос: какое сейчас место занимает экология в концепции устойчивого развития?

Для ответа на этот вопрос обратимся к документу ООН «Преобразование нашего мира: повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года». В нем выделяются 17 целей устойчивого развития: устранение нищеты, ликвидация голода и содействие устойчивому развитию

сельского хозяйства, обеспечение здорового образа жизни, благополучия и всеохватного и справедливого качественного образования, обеспечение гендерного равенства и другие [8]. Среди названных целей экология должна занимать одно из лидирующих по важности мест, но посмотрим, что происходит на практике.

На рисунке 1 показана схема соотношения экологических, социальных и экономических элементов устойчивого развития.

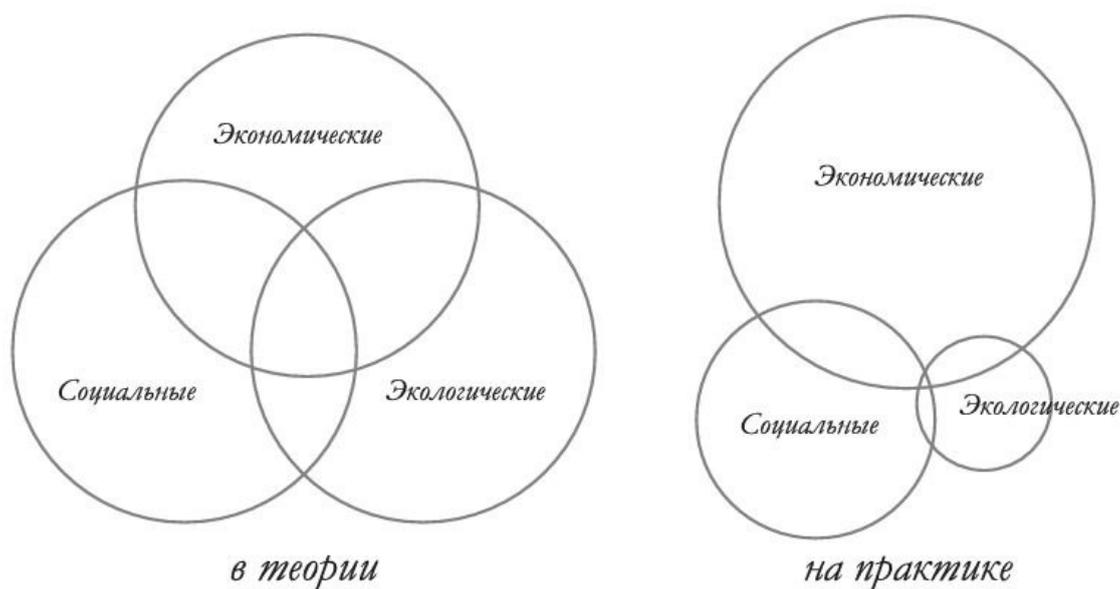


Рисунок 1. Соотношение основных элементов устойчивого развития [1, стр 9-22]

Как видно на данной схеме, при переходе от теории к практике значение экологических элементов начинает уступать остальным элементам.

Одна из задач данного исследования конкретизировать место экологии в структуре элементов устойчивого развития. Здесь нельзя не отметить, что без помощи государства сами компании не смогут достичь необходимых результатов в области экологии. [4]

Стоит обратить внимание на финансируемые Российским научным фондом (далее РНФ) проекты, среди

которых присутствуют проекты, направленные именно на методологическую доработку темы ESG и устойчивого развития.

Проект "Инновационная цифровая трансформация финансовых продуктов и услуг для устойчивого развития экономики в условиях постоянных кризисов" [5], поддерживаемый РФН с 2023 по 2025 год, возглавляемый д.э.н. Карминским А.М., нацелен на разработку системных подходов и реализацию практических решений для инновационного и устойчивого развития финансовых и нефинансовых

учреждений. Основное внимание уделяется управлению факторами устойчивого развития в организациях и регионах, анализу и оценке устойчивости развития организаций.

Целью данного проекта является разработка комплексных методов и создание практических решений для инновационного и устойчивого развития как финансовых, так и нефинансовых учреждений, а также их регулирования с применением передовых информационных технологий. Проект фокусируется на научных и практически ориентированных направлениях, включая управление факторами устойчивого развития в организациях и регионах, анализ и оценку устойчивости развития компаний, а также внедрение цифровых инноваций и регулирование с использованием комплексной системы математических моделей устойчивого развития.

Эти методы будут направлены на улучшение стратегий организаций, ориентированных на инновации, а также на соблюдение принципов устойчивого развития и снижение рисков ESG. Существующие модели для прогнозирования и управления рисками в организациях оказались недостаточно адаптированными к современным кризисным условиям и недооценивают важность современных трендов, установившихся в последние годы:

- преобразование в направлении цифровой трансформации и модификация бизнес-моделей организаций и финансовых учреждений;
- осуществление внедрения альтернативных финансовых систем, которые оперируют криптовалютами в качестве основы.
- разработка прототипов цифровых национальных валют.
- увеличенное фокусирование на

анализе и компонентах ESG-рисков.

Научное новаторство, фокусирующееся в данном проекте на вопросах, можно описать следующим образом:

- организация и сопоставление инновационных решений, использующих финансовые технологии и цифровые преобразования.
- приспособление существующих методов оценки рисков банков к современным трендам в цифровизации и устойчивости развития.
- анализ и категоризация современных кризисов, оценка системных рисков, и создание системы предупреждения с использованием разработанных моделей, направленных на поддержку отдельных институтов и регуляторов.

Проект уникален тем, что впервые в России основные исследователи разных областей оценки и прогнозирования деятельности финансовых институтов объединяют усилия для системного подхода. Этот подход позволяет выделить наиболее перспективные методы и модели оценки устойчивого развития организаций, учитывая российский контекст, и провести крупномасштабное эмпирическое исследование с ожидаемым сильным синергетическим эффектом.

Результаты данного проекта сначала группируются по отдельным направлениям, а затем объединяются в единую систему для оценки финансового состояния как финансовых, так и нефинансовых организаций, учитывая все актуальные тенденции и факторы. Для нашего исследования наиболее интересными из 4 направлений становятся следующие цели:

- 1) Количественная оценка ESG рисков, решение проблемы имплементации и регулирования нефинансовой отчетности;

- 2) Оценка безопасности систем и их защиты от кибер-угроз;
- 3) Разработка и обучение рейтинговых моделей и моделей ПБР-подхода (PD, LGD, EAD) для разных типов кредитных портфелей;
- 4) Формирование базы внешней отчетности коммерческих банков и компаний для проведения исследований рисков кредитных портфелей российского банковского сектора;
- 5) Разработка модели и инструмента стресс-тестирования совокупных рисков банка, включающего нефинансовые факторы;
- 6) Развитие методологии оценки системного риска, показателей финансового стресса и выработки решений в рамках макропруденциальной политики;
- 7) Оценка взаимосвязи системного риска, макропруденциальной и денежно-кредитной политик на глобальном уровне;
- 8) Оценка влияния санкционных механизмов на вероятность различных видов финансовых кризисов.

Другой проект «ESG как фактор инвестиционной привлекательности и устойчивости компаний в меняющейся внешней среде» [6], под руководством к.ф.-м.н. Соколовой Т. В. Основная научная проблема – количественно оценить влияние ESG (компонент и интегральных метрик) на поведение финансовых активов и их эмитентов. Акцент в работе сделан на выявление специфики влияния в ситуации рыночной неопределенности (макронестабильности, кризисов и геополитических конфликтов). Рассматриваются как активы, построенные на принципах ESG (зеленые и оранжевые облигации), так и положение

компаний-эмитентов их. Основное внимание будет уделено российскому рынку.

Данные проекты показывают, что в России уделяется достаточное внимание развитию концепции устойчивого развития.

Такие модели как CAPM, Black-Litterman, Fama-French инвесторы могут использовать для создания оптимального портфеля инвестиций с учётом ESG-факторов. В текущей действительности для российского бизнеса выход на азиатский рынок является важным направлением. В странах Тихоокеанского региона все больше компаний внедряют принципы устойчивого развития в свою деятельность, что свидетельствует о росте интереса к зеленому финансированию. Именно поэтому внедренная в бизнес ESG-повестка станет конкурентным преимуществом при сотрудничестве с азиатскими компаниями [3].

Согласно новому отчету от 06.09.2023 [10], подготовленному на основе опроса компанией DP World и студией Supply Chain Dive и включившему в себя ответы около 160 руководителей компаний, работающих в сфере цепочек поставок, логистики, операционной деятельности и технологий – необходимость соблюдения принципов экологического, социального и управленческого менеджмента (ESG) стала одной из главных проблем в управлении глобальными цепочками поставок.

Основные результаты отчета включают в себя:

- 1) Изменение болевых точек цепей поставок. Основные проблемы: изменчивость спроса и поставок (41 %), неспособность быстро адаптироваться к изменениям (34 %), проблемы ESG и нормативно-правового соответствия (28 %).

2) Уверенность в инвестициях в цепочки поставок остается высокой. Более 9 из 10 респондентов ожидают значительных результатов от выбранных ими стратегий. Среди главных ожиданий - повышение эффективности (97 %), увеличение ценности для деловых партнеров и других заинтересованных сторон (93 %) и повышение гибкости организации (89 %).

Значимость ESG значительно возросла, и респонденты ожидают реальной отдачи от инвестиций. Девяносто процентов респондентов отмечают, что приоритет, который они отдают устойчивости цепочки поставок/декарбонизации, вырос по сравнению с тем, что было три года назад. Респонденты считают, что их инвестиции в ESG принесут "очень или несколько значительных" результатов, включая снижение выбросов углерода (89 %), сокращение расходов на цепочки поставок (85 %) и повышение эффективности (83 %).

Оптимизация цепочки поставок

Таблица 1. Элементы ESG, наиболее важные для деловой репутации [11].

	Окружающая среда	Социальные вопросы	Управление
США	43%	34%	14%
Великобритания	55%	26%	13%
Франция	54%	30%	10%
Германия	57%	22%	16%

Для сравнения результатов данного опроса, приведем результаты опросов, проводимых в России.

Исследовательская группа преподавателей кафедры корпоративного управления и инноватики РЭУ им. Г.В.Плеханова изучила состояние ESG-культуры российского бизнеса [9].

Лучшие показатели в данном

лидирует среди стратегий ESG. Три из пяти респондентов используют оптимизацию цепочки поставок, например сокращение расстояния транспортировки, консолидацию поставок и оптимизацию уровня запасов, для достижения целей ESG. Среди других стратегий - использование экономичных методов вождения, таких как сокращение времени простоя и оптимизация маршрутов (38 %), а также использование более энергоэффективных видов транспорта, таких как электрические или гибридные автомобили (37 %).

ESG теперь является ключевой частью стратегии поставщиков. Более трети респондентов (37 %) консолидируют число поставщиков продукции, а 33 % диверсифицируют своих партнеров по транспортировке и логистике. Большинство руководителей цепочек поставок (84 %) отмечают, что возможности потенциальных партнеров по декарбонизации и устойчивому развитию оказывают большое или очень большое влияние на процесс выбора их организации.

опросе заняли сферы электроэнергетики и топливно-энергетического комплекса, даже рядовые сотрудники компаний знают точный ESG-ранг компании. Важными результатами опроса являются следующие показатели:

- 1) 93% опрошенных подтвердили, что руководство при принятии решений учитывает

- экологические и социальные риски;
- 2) 88,5% опрошенных знают о содержании в корпоративной культуре нормативно-правовых актов, направленных на устойчивое развитие;
 - 3) Российский бизнес положительно воспринимает идеологию социально-ответственного, эколого-осознанного корпоративного управления, даже если сотрудники компаний не в полной мере ориентируются в ее терминологии.

Российский средний и малый бизнес в целом осведомлен об устойчивом развитии, показало исследование Лиги зеленых брендов, компании IFORS Research и Общественного объединения, и комиссии по социальному предпринимательству «Опора России» (данные есть в распоряжении Forbes Life), в ходе которого было опрошено около 800 компаний [7].

В планах 30% респондентов дальше участвовать в экологических инициативах, 29% планируют инвестировать с социальные и благотворительные проекты. Также исследование показало, что большинство малого и среднего бизнеса не знает, что такое ESG.

Во всем мире проникновению зеленых практик в ряды среднего и малого бизнеса есть куда расти. Согласно опросу, проведенному организацией United Nations Global Compact среди компаний из 160 стран, большинство представителей среднего и малого бизнеса ассоциируют программы ESG с необязательными тратами и не видят их преимуществ. Менее половины компаний с оборотом до \$25 млн сообщили о внедрении практик в области устойчивого развития. Для

сравнения: среди крупных компаний с оборотом более \$1 млрд доля тех, кто имеет соответствующие практики, составляет 94%.

Некоторые исследования призывают ужесточить наказание за несоблюдение экологических требований сборник [2], однако в текущих условиях такая позиция может произвести неоднозначный эффект. Изменившаяся геополитическая обстановка, повышенная ключевая ставка, изменение или нарушение работы существующих логистических цепочек – все это и без новых штрафов для бизнеса создает множество рисков для компаний и увеличивает вероятность разорения компаний. Но нельзя, как уже говорилось ранее, не отметить слова автора о том, что государство не должно оставлять ESG повестку без присмотра.

Подводя итог, в ходе данного исследования были сделаны следующие выводы:

Данные опросов показали, что вопросы экологии в текущей повестки остаются достаточно актуальными, при преобладании над ними незначительно социальных и более значительно экономических, – рисунок 2;



Рис.2. Соотношение основных элементов устойчивого развития в России в текущих условиях. (Источник: составлено авторами)

В России активно создается фундаментальная научная база, как показывают проекты, поддерживаемые Российским Научным фондом [5;6];

Государство должно стимулировать компании соблюдать ESG принципы, это, в первую очередь, полезно самим компаниям. Соблюдение данных принципов позволяет привлекать больше инвестиций. Возможным решением будет поддержание проектов государственно-частного партнерства для совместного соблюдения принципов устойчивого

развития;

Государство должно поддерживать соблюдение ESG принципов не только крупными компаниями, но и малым и средним бизнесом, который, как показал анализ собранной информации, придерживается данных принципов гораздо реже около 35% против 90% среди крупного бизнеса. Задачей государства сократить данный разрыв, увеличив количество МСП, заинтересованного в соблюдении принципов устойчивого развития.

Литература:

1. Захаров В.М., Трофимов И.Е. 3-38 Устойчивое развитие: экология и экономика: учеб. пособие – М.: Московский университет им. С.Ю. Витте / Центр устойчивого развития и здоровья среды ИБР РАН, 2021. – 228 с.
2. Бургасов, Р. К. Экологическая безопасность и риски ESG трансформации / Р. К. Бургасов, Е. М. Приорова // Актуальные проблемы безопасности: Материалы межвузовской научно-практической конференции с международным участием, Москва, 09 февраля 2023 года / Отв. редактор М.Ю. Зеленков. – Москва: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Государственный университет просвещения", 2023. – С. 13-20. – EDN FLNCYQ
3. Варламова, М. П. Проблемы российских компаний в осуществлении ESG-стратегий в условиях санкций и перспективы развития ESG-финансирования / М. П. Варламова, И. Т. Воробьев // Инновационная парадигма экономических механизмов хозяйствования: СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ VIII МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ, Симферополь, 16 мая 2023 года. – Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2023. – С. 109-111. – EDN EVKHEF
4. Кулешова, К. А. Роль политики в снижении уровня энергопотребления / К. А. Кулешова, А. А. Кунин // Всероссийская ежегодная декабрьская научно-практическая студенческая конференция: Сборник трудов конференции, Москва, 02–14 декабря 2022 года. Том III. – Москва: Российский новый университет, 2023. – С. 260-265. – EDN ANXWTD
5. Карминский А.М. Система инноваций и цифровой трансформации финансовых продуктов и услуг для устойчивого развития экономики в эпоху перманентных кризисов / Финансирующая организация: Российский научный фонд. Режим доступа – [<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=53914861>] – EDN MNMUOB
6. Соколова Т.В. ESG как фактор инвестиционной привлекательности и устойчивости компаний в меняющейся внешней среде / Финансирующая организация: Российский научный фонд. Режим доступа – [<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=53915245>] - EDN ORFYIT
7. Исследование: что малый и средний бизнес в России знает про устойчивое развитие URL: [<https://www.forbes.ru/forbeslife/491162-issledovanie-cto-malyj-i-srednij-biznes-v-rossii-znaet-pro-ustojcivoe-razvitie>] (дата обращения: 30.11.2023)

8. Преобразование нашего мира: повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года / Генеральная Ассамблея ООН / URL: [<https://sdgs.un.org/2030agenda>] (дата обращения: 15.11.2023)
9. Рядовые сотрудники многих российских компаний слабо ориентируются в ESG-повестке URL: [https://www.vedomosti.ru/esg/corporate_governance/columns/2023/10/25/1002405-ryadovie-sotrudniki-mnogih-rossiiskih-kompanii-slabo-orientiruyutsya] (дата обращения: 28.11.2023)
10. DP World, Supply Chain Dive Survey Finds: ESG Tops the List of Global Supply Chain Concerns URL: [<https://www.supplychaindive.com/press-release/20230815-dp-world-supply-chain-dive-survey-finds-esg-tops-the-list-of-global-suppl/>] (дата обращения: 28.11.2023)
11. Global Survey Finds Businesses Increasing ESG Commitments, Spending URL: [<https://www.navex.com/blog/article/environmental-social-governance-esg-global-survey-findings/>] (дата обращения: 28.11.2023)

Кунин Арсений Александрович,

Студент АНО ВО «Российский новый университет»

e-mail: a.kunin03@yandex.ru

SPIN: 9922-2782

ORCID: 0009-0009-7874-5807

Расулов Дониёрбек Лутфуллаевич,

Студент АНО ВО «Российский новый университет»

e-mail: rasulov.danik@mail.ru

ORCID: 0009-0008-4534-2043

Научный руководитель:

Балыкина Анна Михайловна

к.п.н., доцент, зав. Кафедрой Основ математики и информатики АНО ВО «Российский новый университет»

e-mail: anna_balikina@mail.ru

SPIN: 6650-6072

ORCID: 0000-0003-0815-3557

РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

УДК 316.43

Лупильцева Т.А.

Способы продвижения бьюти-блогов: современное состояние и перспектива

***Аннотация:** Роль бьюти-блогеров в обществе часто недооценивают. Однако, рассматривая их деятельность в контексте индустрии красоты в целом, нельзя не увидеть значительное влияние на аудиторию: на молодых девушек и юношей, а также на женщин среднего возраста. Деятельность таких блогеров помогает людям определиться с покупкой определённого продукта, узнать что-то новое об уходе за собой, почерпнуть из блогов вдохновение и мотивацию. По мнению отраслевых обозревателей, видеоблоги о красоте скоро затмят журналы по охвату и станут основным источником информации в сфере красоты для потребителей. у бьюти-блогов есть одно общее направление: авторы, как правило, учат женщин и молодых девушек работать над внешностью и работать над имиджем, фактически выступая в роли бесплатных стилистов. Это открывает дополнительные перспективы и для монетизации блога.*

***Ключевые слова:** Бьюти-блоги; YouTube; Лидогенерация; Конент-маркетинг; Геймификация; Партнерский маркетинг; Геотаргетинг*

Lupiltseva T.L.

Ways to promote beauty blogs: current state and prospects

***Annotation:** The role of beauty bloggers in society is often underestimated. However, considering their activities in the context of the beauty industry as a whole, one cannot help but see a significant impact on the audience: on young girls and boys, as well as on middle-aged women. The activities of such bloggers help people decide whether to buy a certain product, learn something new about self-care, and gain inspiration and motivation from blogs. Beauty vlogs will soon eclipse magazines in reach as the primary source of beauty information for consumers, according to industry observers. Beauty blogs have one common direction: the authors, as a rule, teach women and young girls to work on their appearance and work on their image, in fact acting as free stylists. This opens up additional prospects for blog monetization.*

***Keywords.** Beauty blogs; YouTube; Lead generation; Content Marketing; Gamification; Affiliate Marketing; Geotargetin*

В настоящее время, бьюти-блоги представляют собой популярное увлечение для взрослых людей. Согласно статистике, около 35% женщин по всему

миру тратят большую часть своего свободного времени перед компьютером, изучая и просматривая блоги, посвященные кулинарии, путешествиям,

кино, красоте...

Как правильно заплести косу...

В Интернете можно найти более 197 тысяч ответов на данный запрос. Среди них есть видеответы на YouTube. Это вполне обычное явление. Опытные пользователи уже давно используют рецепты от Юлии Высоцкой, учатся красиво завязывать платки от Екатерины и занимаются йогой с Тарой Стайлс. Так зачем не потратить полчаса на поиск новых идей для макияжа, причесок или способов создания кудрей без использования бигудей? Видеоуроки на YouTube становятся все более популярными, и мы решили поговорить с четырьмя авторами блогов, у которых аудитория составляет не менее 50 тысяч человек.[1; с. 215]

Большинство пользователей посещает некоторые порталы только с целью прочитать комментарии. И это неудивительно — внизу страницы там отсутствует жесткая цензура, явная предвзятость и надоедливая реклама. В итоге, отзовики с самым ужасным интерфейсом смогли подняться с колен.

Запрос на качественный пользовательский контент продолжает расти, и стать автором становится более выгодной позицией, чем работать для издания, которое выглядит недостижимым центром гламура. Вот почему на сайте *flacon-magazine* есть возможность стать журналистом для каждого, кто может разумно составлять предложения. У авторов есть персональные аккаунты с никнеймами и аватарками.

Совместные прямые эфиры были введены в Instagram несколько лет назад. Пользователи, которые были уверены в своих навыках, попробовали это и забыли об этом. Однако только визажист Сергей Наумов и его бренд придумали уникальное и развлекательное шоу под названием "Накрасились", где он вместе

со своими друзьями проводит интересные и познавательные моменты. на воздухе - популярные среди коллег и блогеров - фактически, пользуется спросом. Сам Наумов, конечно, использует косметику *Sergey Naumov*, но позволяет гостям использовать свою. Кроме того, он свободно выражает свое мнение, ругаясь матом и откровенно критикуя плохие продукты. Отсутствие цензуры привлекает людей. И хотя точные цифры Сережа не раскрывает, мы знаем, что количество подписчиков и объем продаж значительно растут.

Ранее популярные среди всех пользователей фото-коллажи потеряли свою популярность, и команда творческих людей из *Flacon* решила выпустить серию видео, где их коллеги расплавляют дорогие помады и уничтожают большие запасы крема за один раз. Подписчики активно просматривают эти видео десятки тысяч раз и оставляют комментарии, которые можно сравнить с высказываниями известной личности Яны Рудковской: «Лучше мне отдайте», «Не знаете, куда девать деньги?», «Нельзя запретить жить красиво».[2]

После вспоминания нескольких примеров, давайте сразу перейдем к методам продвижения в области бьюти-блогов.

Степени могут использоваться в социальных сетях для достижения маркетинговых целей. Они включают в себя создание интересного и полезного контента, активное взаимодействие с аудиторией, использование хэштегов, организацию конкурсов и акций, работу с микроинфлюенсерами, создание живых трансляций, использование ретаргетинга и т.д. Эти тактики помогают привлечь внимание пользователей, увеличить их вовлеченность и улучшить репутацию бренда. в большинстве проектов, связанных с красотой, они показывают

хорошие результаты

1. Лидогенерация

Лидогенерация - это метод, который используется для поиска потенциальных клиентов в определенных целевых группах (в зависимости от пола, возраста, интересов и других факторов). Он основан на том, чтобы показывать этим людям прямую рекламу с призывом к действию, таким как покупка, запись на бесплатную консультацию, заполнение анкеты, подача заявки на тест-драйв или запись на день красоты.

Одной из главных преимуществ данного подхода является скорый приток новых клиентов для различных видов продуктов или услуг.

Плюсы данной тактики несколько превышают минусы, а именно: потребитель сосредотачивается исключительно на предлагаемом специальном предложении. Если не провести тщательный анализ результатов, эффективность уменьшается. Иногда требуется дополнительная продажа. Эта тактика неэффективна при низком среднем заказе. оплата в размере до 1000 рублей за такой чек может быть невыгодной, поскольку ее сумма может оказаться недостаточной для покрытия расходов на рекламу и услуги таргетолога.

Что требуется для успешного включения: предложение, привлекающее внимание целевой аудитории, рекламный бюджет в диапазоне от 5 000 до 10 000 рублей, умение эффективно настраивать таргетированную рекламу или наличие опытного таргетолога (стоимость настройки кампании составляет от 15 000 до 20 000 рублей).

Для кого предназначены: салоны красоты высокого уровня, спа-салоны, медицинские центры, клиники косметологии, фитнес студии - все проекты в сфере красоты, предлагающие ограниченный выбор продуктов или

услуг.

2. Контент-маркетинг

СММ - это стратегия, которая занимает второе место по популярности, но при этом имеет меньшую конкуренцию. В социальных сетях существует недостаток интересных и захватывающих контентных проектов, поэтому, если вы создаете уникальный красоты-контент, у вас есть большие возможности привлечь аудиторию и создать поклонников вашего бренда.

Давайте рассмотрим, что такое контент-маркетинг. Контент-маркетинг - это стратегия активного продвижения проекта путем создания контента, который максимально соответствует запросам, интересам и потребностям целевой аудитории. Такой контент стимулирует вовлечение аудитории в общение и иногда может вызвать вирусный эффект.

Преимущества данной методики заключаются в том, что контент-маркетинг делает ваше сообщество привлекательным для потенциальных клиентов с точки зрения тематики. Мы можем привести множество примеров коммерческих сообществ, которые стали клубами по интересам для пользователей. Увлекательный контент помогает привлечь внимание неинтересующейся изначально аудитории в социальных сетях и побудить ее к покупке.

Тем не менее, в этом подходе есть недостатки - без постоянного потока посетителей контент-маркетинг не будет эффективным. Поэтому, даже для привлечения базового числа подписчиков необходимо использовать размещение рекламы на целевой аудитории.[3]

3. Геймификация

Одна из разновидностей контент-маркетинга, особенно актуальная для средних и крупных проектов, требует серьезной работы специализированной

группы, состоящей из 2-5 человек. В эту группу входят креаторы/сценаристы, дизайнеры, комьюнити-менеджеры, контент-менеджеры и руководитель проекта. Однако, при правильном анализе рекламной кампании, этот подход может принести как мощные медийные, так и коммерческие результаты. Эта разновидность контент-маркетинга практически не имеет конкурентов на рынке, поскольку всегда создает уникальный продукт.

Эта стратегия имеет огромное преимущество - она сильно увеличивает лояльность аудитории, увеличивает средний чек постоянных клиентов и превращает их в вашу преданную фан-базу.

Единственным недостатком является стоимость, например, рисованного квеста, который начинается от 100 000 рублей, и квеста с видеопродакшном, который начинается от 200 000 рублей. Однако, все ваши подписчики и даже сотрудники будут в полном восторге.

Для того чтобы использовать данную стратегию и добиться увеличения продаж и среднего чека с помощью креативного контент-проекта, вам необходимо иметь не менее нескольких сотен постоянных клиентов и ежемесячные продажи из социальных сетей на уровне от 100 000 до 200 000 рублей.[4]

4. Размещения у блогеров

Большинство участников beauty-сообщества в блогосфере не являются известными ТОП-блогерами, чьи публикации стоят миллионы. Обычно, средний и выше среднего beauty-блогер предлагает разумную цену за интеграцию (от 50 000 до 70 000 рублей) и может обеспечить доступную аудиторию и значительное количество переходов на ваш сайт для продаж.

Преимуществами данной стратегии являются широкое и доступное охват, значительное количество посещений сайта и создание аудитории для будущих маркетинговых действий.

Однако, есть некоторые недостатки: возврат на инвестиции в блогеров обычно происходит через примерно 6 месяцев до 1 - 1,5 года. Поэтому необходимо учесть это при разработке рекламной кампании и не стоит вкладывать все доступные средства бизнеса в блогеров.

Для того чтобы использовать данную стратегию, необходимо иметь общий рекламный бюджет в размере не менее 100 000 рублей. Если бюджет меньше, то кампания не будет эффективной, так как основное преимущество блогеров - это возможность широкого и недорогого охвата аудитории, не будет достигнуто.

Это будет полезно для средних и крупных брендов, а также для новых beauty-брендов, которые только начинают свою деятельность на рынке.[5]

5. Конкурсные механики

В области красоты, а также в связанных с модой тематиках, конкурсы всегда были популярны и останутся востребованными в течение длительного времени. Это связано с тем, что основная аудитория в сфере красоты и моды - женщины, которые любят получать подарки и выигрывать призы.

Эта тактика имеет преимущество в виде широкого охвата целевой аудитории, привлечении подписчиков быстро и недорого.

Однако имеются некоторые недостатки, включая тот факт, что в конкурсах участвует значительное количество "халявщиков" - людей, которые специально стремятся получить бесплатные призы в социальных сетях. Это является единственным недостатком

этой системы.

Розыгрыши и конкурсы среди женской аудитории вызывают большой интерес, о чем свидетельствуют четырехзначные отметки лайков и комментариев. Например, в течение 7 дней проведения одного из таких розыгрышей, количество подписчиков в аккаунте выросло на 431 человек. Это явление характерно для тематики beauty и fashion, в которой такой успех возможен.

Кому подходит данная тактика специальное внимание следует уделить проектам в сфере красоты, которые ориентированы на конечных потребителей и медийных персон. Такой подход особенно актуален в случае работы с бизнес-партнерами, если существует четко определенная и широкая целевая аудитория, например, сообщество профессиональных косметологов.

6. Продвижение видеоконтента на Youtube

Youtube — это мощное средство для продвижения бренда, которое предоставляет блог-платформы. С помощью видеоконтента становится проще продемонстрировать преимущества и выгоды продукта. Кроме того, алгоритм Youtube способствует органическому распространению и популярности видео. Это означает, что каждое интересное видео на Youtube имеет возможность набрать большое количество просмотров. Однако, для этого необходимо понимать принципы работы алгоритма и определить, какие видео стоит создавать для достижения максимальной популярности.

Это продвижение обладает несколькими преимуществами, включая наглядность и возможность представления рекламируемой продукции в видеоформате.

Одним из главных недостатков

можно считать то, что процесс съемки и монтажа видео является крайне трудоемким.

Реклама видеоматериалов на платформе Youtube будет эффективным способом продвижения. данный текст можно перефразировать следующим образом, чтобы повысить его уникальность: Для всех участников beauty-розницы, а также косметологов, врачей, тренеров и других узких специалистов. Чем более специфична тематика, тем проще ее прорекламировать на платформе Youtube. Хорошим примером является специализированный контент, связанный с косметологией или медициной.

7. Кампании отзывов на специализированных сайтах и форумах

Отзовик, IRecommend и некоторые другие активные форумы представляют собой платформы, где потребители делятся своими мнениями о различных товарах и услугах, начиная от автомобилей и заканчивая колготками и шампунями. Одним из преимуществ таких площадок является то, что для использования их услуг требуется только бюджет на оплату проект-менеджера или агентства, а также отправка продукции на тестирование блогерам. Однако, следует учесть некоторые недостатки, такие как ограниченная аудитория и возможность удаления положительных отзывов модераторами площадок, которые могут рассматриваться как реклама. Кроме того, необходимо иметь продукт, который можно предоставить на тестирование.

8. Партнерский маркетинг — партнерский маркетинг в области SMM предполагает создание сети партнеров, которые занимаются продвижением продукции или услуг. В этом случае,

партнерским маркетингом в SMM можно считать размещение ссылок на вашу продающую страницу или интернет-магазин в блогах, крупных тематических сообществах или каналах. Главное, чтобы такие размещения были регулярными и систематическими, и чтобы их эффективность отслеживалась регулярно.

Среди преимуществ можно выделить низкие затраты на рекламу. Главным образом, финансирование будет направлено на оплату работы проектного менеджера, маркетолога-аналитика и на производство образцов продукции, которые будут отправляться партнерам для тестирования.

Так как партнерская сеть в основном базируется на контактах и соглашениях, иногда она может быть нестабильной из-за человеческого фактора. Например, блогер может решить начать брать деньги за размещение партнерской ссылки, а владелец сайта или сообщества может закрыть проект и прекратить сотрудничество.

9. Геотаргетинг + наружная реклама

Геотаргетинг является одним из видов таргетированной рекламы, который отличается возможностью показывать рекламу только тем пользователям, которые часто посещают определенные места, такие как магазины конкурентов.

В связке с оффлайн-рекламой, эта тактика SMM может быть выделена как особенно эффективная.

Данный инструмент предоставляет возможность передать локальное рекламное сообщение жителям конкретных местных районов, таких как микрорайон "Прибрежный — 9" или дом 28 на Ленинском проспекте в городе

Москве.

Преимущество заключается в возможности полного рекламного воздействия на потенциального клиента: с помощью оффлайн-рекламы в лифте, на транспорте, на рекламных щитах и других местах, а также через интернет. При этом, те же пользователи будут видеть одну и ту же рекламу в онлайн-среде. Такой подход позволяет достичь эффекта подсознательного запоминания рекламного сообщения получателем.

Этот вид рекламы может быть использован сетевыми магазинами красоты, салонами красоты, и другими компаниями в beauty-сфере, которые имеют сетевой формат. Обычно, такие магазины располагаются в крупных торговых центрах или на оживленных местах (например, рядом со станциями метро, на оживленных улицах, или рядом с перекрестками с интенсивным движением). Эти места идеально подходят для оффлайн-рекламы.

Рынок бьюти-услуг в России испытывает невероятный рост в популярности. Если в 2010 году только 4% населения посещало салоны красоты, то к 2021 году этот показатель вырос до 45%. Согласно прогнозам аналитиков, к 2025 году ожидается еще большее увеличение до 55%.

Как будет развиваться сфера красоты в течение следующих трех лет? Известные специалисты и блогеры поделились своими взглядами на общую картину и рассказали о перспективах, ожидающих эту индустрию.

Светлана Андреева: "Я глубоко уверена, что будущее в сфере красоты принадлежит компактным, удобным и мобильным проектам. Это могут быть проекты, реализуемые одним человеком, который самостоятельно развивается в своем искусстве, затем открывает свою собственную студию, начинает

преподавать или нанимает персонал.

Я очень ценю небольшие проекты, которыми руководит один выдающийся специалист. Также я полагаюсь на артели. Например, когда самому страшно или тяжело, или по какой-то причине чувствуется неуверенность, важно объединяться с другими.

Согласно отчету Mediascope, число пользователей Instagram в России сократилось в пять раз. В феврале 2022 года в среднем 31% населения старше 12 лет заходили в эту социальную сеть хотя бы раз в день, но в феврале 2023 года это число упало до 6%. В то же время, аудитория VKontakte выросла с 36% до 41%.

Фёдор Мыслик: У меня возникает предчувствие, что Instagram, который мы так любим, в скором времени потеряет свою популярность. Это связано с тем, что российские платформы, особенно VKontakte, активно инвестируют в блоги и бизнес, чтобы переместить их из других социальных сетей.

Я владею этой информацией не только теоретически, но и на практике, так как постоянно веду переговоры с представителями Вконтакте. Мои навыки и знания в сфере красоты привлекают аудиторию и помогают развивать мой блог. Мне бы хотелось создать единую платформу для блогеров и мастеров, чтобы мы могли сосредоточиться на взаимодействии с нашей аудиторией в одной социальной сети, вместо того чтобы разбрасываться по разным площадкам. Я привержен использованию VKontakte и хотел бы, чтобы все происходило именно там. К тому же, производители и торговые марки активно рекламируются в VKontakte и обращаются ко мне с просьбой взаимодействовать именно на этой платформе. Это может быть неожиданностью для кого-то, но такая

тенденция уже существует. Я уверен, что эта идея будет развиваться и превратится в масштабную платформу.

Ранее мастера, занимающиеся педикюром и подологией, выполняли различные задачи. Однако сейчас мастеру педикюра требуется обладать гораздо большим количеством навыков, и в будущем способность решать широкий спектр проблем клиента станет не только преимуществом, но и необходимостью.

Ульяна Елизарова: “Я с гордостью заявляю, что в ближайшие годы мы планируем увеличить количество офлайн-мероприятий и встреч предпринимателей. Мы активно способствуем этому процессу, чтобы создавать атмосферу низкой конкуренции на этих встречах. Наша основная цель - создание профессиональных альянсов, где мы можем поддерживать друг друга и обмениваться лучшими практиками и опытом как успешные предприниматели.

Я радостно отмечаю, что в ближайшие годы мы наверняка будем свидетелями улучшения качества образовательных продуктов в сфере красоты. Вероятно, мы отойдем от привычного понимания понятия "наставничество" и перейдем к использованию более кратких, но информативных информационных продуктов и более динамичных выступлений на форумах и конгрессах.

Екатерина Рудеева: Сейчас наступает период, когда уникальные продукты могут быть созданы только через сотрудничество. Даже самые крупные компании объединяются. Поэтому, мои дорогие, я желаю всем стать партнерами и успешно сотрудничать в нашей превосходной beauty-индустрии.

Светлана Андреева: В настоящее время находится в процессе горизонт краткосрочного планирования. Это означает, что рекомендуется составлять

планы на неделю, месяц, квартал и год. В течение года у вас есть возможность совершить чудо. Однако на десятилетия я бы не рекомендовала делать какие-либо крупные планы в настоящий момент.

Ульяна Елизарова: Уже сейчас я наблюдаю изменения в сознании моих студентов и людей вокруг меня - это повышение общей осознанности. Раньше мы рассматривали профессию как некую игру, о которой не хотелось говорить и не ощущалась поддержка от близких. Но сейчас beauty-предпринимательство звучит гордо, это огромная и прибыльная отрасль. Я прикладываю много усилий,

чтобы развивать эту сферу, чтобы люди получали удовольствие от своей работы и гордились своим участием в ней.

Согласно отчету экспертов, в следующие годы основные направления развития будут следующими:

- создание партнёрских сетей,
- увеличение количества салонов в экономическом секторе
- появление больших участников в сфере онлайн-игр. [6]

К 2025 году прогнозируется увеличение размера рынка бьюти-услуг, что приведет к усложнению требований для входа на этот рынок.

Литература:

1. Учебное пособие "Интернет-журналистика", отредактированное А. Калмыковым и Л. Кохановым, было издано в Москве в 2005 году и содержит 345 страниц.
2. Как создать блог на blogger: [Электронный ресурс] // «Как создать свой блог». URL: <http://kaksozdatsvojblog.com/> (Дата обращения: 17.11.2023).
3. Самые популярные блоггеры Рунета: [Электронный ресурс] // «Пиар-блоггер». URL: <http://www.pr-blogger.ru/stati/358/> (Дата обращения: 15.11.2023)
4. Самые известные модные блоггеры в России и в мире: [Электронный ресурс]//«FashionTime». URL: <https://knowledge.allbest.ru/journalism/3c0b65635b2b>. (Дата обращения: 15.11.2023)
5. Самые известные модные блоггеры в России и в мире: [Электронный ресурс]//«FashionTime». URL: <https://knowledge.allbest.ru/journalism/3c0b65635b2b>. (Дата обращения: 15.11.2023)
6. Мирошниченко А. Новые медиа - ты можешь тоже!// Openspace.ru: интернет-издание, 2011. URL: <http://os.colta.ru/media/projects/19888/details/30569/> (дата обращения: 16.11.2023).
- 7.

Лупильцева Татьяна Александровна,

Магистрант АНО ВО «Российский новый университет»

e-mail: lupilcevs-t@mail.ru

Научный руководитель:

Шабунин Александр Станиславович,

к.плт.н., доцент кафедры Рекламы и связей с общественностью АНО ВО «Российский новый университет»

e-mail: shabunin.alexander@mail.ru

SPIN: 1460-5300

ORCID: 0009-0008-9296-6537

Чёрный PR как инструмент продвижения персонального имиджа

Аннотация: В статье рассматривается сущность чёрного пиара. Изучаются примеры продвижения артистов, использующих чёрный пиар. Подробно описывается процесс формирования имиджа, с помощью инструментов чёрного пиара.

Ключевые слова: Чёрный пиар; пиар; шоу; шоумен; СМИ; имидж; публичность

Mustafayev I.A.

Black PR as a personal image promotion tool

Annotation: The article examines the essence of black PR. Examples of promoting artists using black PR are being studied. The process of image formation is described in detail, using the tools of black PR.

Keywords: Black PR, PR, show, showman, media, image, publicity

В данной статье мной будут рассмотрены: сущность, цели и задачи черного пиара. Я проанализирую практический опыт использования черного пиара на примере ярких и эпатажных представителей российского шоу-бизнеса. Мной будут проанализированы последствия использования инструментов черного пиара с целью дискредитации персонального имиджа публичных личностей. Также я разберу положительные примеры использования черного пиара в продвижении персонального имиджа [1] шоуменов [2] и артистов.

Чёрный пиар — это разновидность пиара, в котором преобладает отрицательный, негативный и скандальный контекст продвижения информации о личности или организации над пиаром, которой работают. Чёрный пиар довольно часто бывает целенаправленным. Например, когда для достижения публичности, известности человек сознательно совершает

общественно порицаемый поступок.

Цель - привлечь к себе внимание наиболее эффективным и быстрым способом.

Как говорила американская певица Мадонна: «Чёрный пиар дороже стоит».

Также черный пиар бывает следствием сознательно негативного искажения информации, с целью дискредитации человека. Будь он политик или начинающий артист, который перешел кому-то дорогу. В СМИ вбрасывается новость, которая носит исключительно негативный и скандальный характер.

Последствия чёрного пиара могут быть разрушительными и навсегда похоронить карьеру публичного человека актёра, политика или бизнесмена.

В наше информационное время очень часто многие начинающие артисты желающие стремительно прославиться используют чёрный пиар для достижения своих целей. Это всевозможные реалити-шоу наподобие «Дома-2».

Яркий и наглядный пример

чёрного пиара, который сформировал медийный имидж девушки, которая «сделала себя сама», это Ольга Бузова, бывшая участница реалити-шоу «Дом 2». Ольга Игоревна настолько сильно впечатлила зрителей своим демонстративным и эмоциональным поведением, что продюсеры проекта приняли решение сделать её ведущей шоу. Получив еще большую известность в России, и заручившись поддержкой фанатов, Ольге поступило предложение от известного бизнесмена и продюсера Арама Арчера, который благодаря грамотному пиару сделал Ольгу Бузову одной из самых узнаваемых и успешных певиц в Российском шоу-бизнесе. Проект «Ольга Бузова» — это наглядный пример успешного черного-пиара для достижения популярности среди молодежной аудитории, из которой состоит большинство её поклонников.

Отрицательный пример воздействия чёрного пиара на публичный статус и личность — это крайне несправедливая и негативная пиар-кампания, которая велась желтой прессой с целью разрушить карьеру известного российского актёра Никиты Джигурды в 2016 году. Данная пиар-акция была связана со сложным и скандальным судебным процессом, в рамках борьбы за наследство известной бизнесвумен Людмилы Браташ, которая завещала свое имущество Никите Джигурде.

В одной из статей газеты «Комсомольская правда» утверждалось, что Никита Джигурда использует куклы вуду и занимается колдовством [3]. По данному вопросу даже состоялось судебное разбирательство с представителями газеты, на котором присутствовал эпатажный артист и его директор.

На протяжении года Никиту Джигурду обвиняли в употреблении

наркотиков, в подделки завещания, в изнасиловании Людмилы Браташ. Подробно обсуждалась семейная жизнь Никиты Джигурды и его супруги Олимпийской чемпионки Марины Анисиной, которой якобы изменял ее знаменитый супруг. Все вышеперечисленные обвинения были опровергнуты, в процессе судов и расследований. Никите Джигурде удалось доказать свою невиновность. На него не было заведено ни одного уголовного дела.

Но увы результаты по разрушению имиджа Никиты Джигурды были достигнуты. Часть российского общества разочаровалась в недавно любимом ими артисте.

Недоброжелателям, запустившим порочащую честь и достоинство информацию о Никите Джигурде, удалось внушить зрителям, что Никита Бориславович сумасшедший и употребляет тяжелые наркотики.

В то же время чёрный пиар привлек внимание новых поклонников к личности Джигурды, которые искренне полюбили артиста признав его мучеником.

Известный продюсер и шоумен Сергей Дворцов начинал свою карьеру активно используя инструменты чёрного пиара.

Сергей Дворцов принимал участие в самых скандальных ток-шоу на федеральных каналах. В таких передачах, как: «Пусть говорят», «На самом деле», «Прямой эфир с Андреем Малаховым». Он комментировал самые безнравственные и низменные поступки людей, выводя их на чистую воду. Вступая в прямое противостояние с оппонентами, заступаясь за своих коллег из сферы шоу-бизнеса.

Наибольшую популярность Сергей Дворцов получил, после смерти российского певца Нарцисса Пьера директором, которого Сергей являлся.

Центральные телеканалы, включая печатные издания на протяжении года активно

сотрудничали с Сергеем Валерьевичем. Сергей отстаивал честь и достоинство покойного музыканта, поддерживал его вдову Валерию Калачову. Защищал его медийный образ и статус от клеветы и оскорбительных слухов [4]. Сергей достойно отстоял честь и память доброго и светлого человека, который остался в памяти россиян, как позитивный и весьма колоритный певец на долгие годы.

На сегодняшний день Сергей Дворцов является одним из самых ярких и эффективных представителей российского шоу-бизнеса. Он принимает участие в самых престижных мероприятиях и премиях. А также является лицом телеканала НТВ.

Имя популярной Российской балерины Анастасии Волочковой многократно фигурировало в заголовках скандальных новостей. СМИ активно эксплуатировали происходящие события в личной жизни балерины для увеличения своих рейтингов. Данное явление происходящее на протяжении десятилетий сформировало скандальный и весьма эпатажный публичный имидж невероятно талантливой, яркой и красивой женщины. До конца неизвестно все ли события, вызывающие резонанс и возмущение в обществе происходили в жизни Анастасии Волочковой на самом деле, или же были сознательно созданы с целью привлечения внимания к ее персоне. Но ни одно событие участием эпатажной балерины не оставило публику равнодушной. Репутация Анастасии Юрьевны Волочковой стала намного скандальнее, чем в начале ее карьеры, но востребованность и популярность остались на прежнем уровне, а возможно и возросли. Анастасию Волочкову часто

приглашают принимать участие в рейтинговых молодежных программах, у нее берут интервью популярные ведущие, ей предлагают многомиллионные контракты и т.д.

Популярный блогер Влад “Дурак” продвигает свой имидж используя исключительно механизмы и инструменты черного пиара. Он носит женскую одежду в публичных местах. Он привлекает к себе внимание общества экстравагантной и эпатажной внешностью. На него неоднократно нападали разгневанные его внешностью люди, они наносили Владу тяжелые травмы. На блогера даже заводили административное дело за пропаганду ЛГБТ. Поведение Влада неоднократно комментировала директор Лиги безопасного интернета, член Общественной палаты России Екатерина Мизулина, которая считает, что блогер сам провоцирует граждан на агрессию в его адрес.

Несмотря на негативное отношение общества к андрогинному юноше блогер продолжает заниматься своим делом. Есть и те, кто поддерживает его образ жизни и стиль, это сотни тысяч девушек, которые подписаны на аккаунты Влада “Дурака” в социальных сетях.

Ксения Собчак регулярно использует инструменты черного пиара для привлечения внимания к своей личности. Она комментирует громкие скандальные и острые ситуации в российском шоу-бизнесе. Берёт интервью у самых популярных и медийных личностей. Делает смелые политические заявления.

Публичный имидж Ксении Анатольевны неоднократно менялся, но популярность и востребованность были на высшем уровне. Ксения Собчак всегда привлекала к себе внимание своим эпатажным и ярким поведением. С

раннего детства она занималась творчеством и актерским мастерством. Родители поощряли ее артистические задатки. С возрастом развивался ее ораторский талант и невероятная артистичность.

В 2018 году Ксения Собчак принимала участие в выборах на пост Президента России, как кандидат. Это событие привлекло большое внимание общественности к её личности и её политическим взглядам. После выборов Ксения Анатольевна продолжила высказывать свое мнение по различным общественно-политическим вопросам, принимая участие в телевизионных и радиопередачах, публикуя статьи и выступая на публичных мероприятиях.

Появление Ксении Собчак на публике, это всегда яркое и эффектное

событие, которое создаёт большой информационный повод. Например, во время свадьбы с успешным режиссёром Константином Богомоловым, молодожёны приехали в ЗАГС на Катафалке. Что вызвало весьма неоднозначную реакцию общественности, произведя сильное впечатление на людей.

Чёрный пиар при всем своем негативе и скандальности может быть, как крайне отрицательным, так и иметь эпатажную форму, которая привлекает внимание и, как ни странно, любовь зрителей. Чёрный пиар может навсегда похоронить карьеру успешного артиста, в то же время может сформировать скандальный публичный имидж, который сделает его более востребованным и узнаваемым.

Литература:

1. Е.Б.Перельгина Психология имиджа: Учебное пособие/Е. Б. Перельгина. - М.: Аспект Пресс, 2002. - 223 с. - ISBN: 5-7567-0265-2. Российская государственная библиотека. URL: <https://www.rsl.ru> (дата обращения 09.01.2024).
2. Ожегов, Сергей Иванович. Толковый словарь русского языка: Ок. 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов; Под ред. проф. Л. И. Скворцова. — 27-е изд., испр. — Москва : Издательство АСТ: М.: Мир и Образование, 2023. С. 719. (дата обращения 09.01.2024).
3. Сестра бизнесвумен Людмилы Браташ Светлана Романова: В борьбе за многомиллионное наследство Джигурда использует куклу вуду // “Комсомольская правда” (электронный ресурс). URL.: <https://www.kp.ru/daily/26896.3/3939611/> (дата обращения 06.01.2024).
4. «У Пьера ничего не осталось, даже квартира была продана»: Директор Пьера Нарцисса о его загадочной смерти и наследстве. Директор Сергей Дворцов рассказал, кому достанется творческое наследие Пьера Нарцисса // “Комсомольская правда” (электронный ресурс). URL: <https://kp.ru.turbopages.org/turbo/kp.ru/s/daily/27446.5/4648660/> (дата обращения 11.01.2024).

Мустафаев Иса Аминович,

Магистрант института бизнес-технологий АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: actorisa@mail.ru

Научный руководитель:

Шабунин Александр Станиславович,

к.плт.н., доцент кафедры Рекламы и связей с общественностью АНО ВО «Российский новый университет»

e-mail: shabunin.alexander@mail.ru

SPIN: 1460-5300

ORCHID: 0009-0008-9296-6537

Влияние массовой культуры на рекламу

***Аннотация:** влияние массовой культуры на рекламу увеличивается, особенно в рамках расширения рыночной экономики и во времена повышенной конкуренции, когда большинство производителей, продвигая товар/услугу/бренд, желает выйти на широкую аудиторию с помощью рекламы. В статье рассматривается, каким именно образом массовая культура может влиять на рекламное дело – в каких целях такая реклама используется производителями масскульты, выделяются общие черты этих сфер деятельности, которые раскрывают причины влияния массовой культуры на рекламу. Реклама становится более доступным инструментом для манипулирования массами и формирования новых поведенческих привычек в обществе, которые приводят к новой реальности бесконечных потребностей.*

***Ключевые слова:** массовая культура; реклама; манипулирование массами; общество потребления; конкуренция; потребители*

Агаева Д.Р.

Influence of mass culture on advertising

***Annotation:** the influence of mass culture on advertising is increasing, especially as part of the expansion of the market economy and in times of increased competition, when most manufacturers, promoting a product/service/brand, want to reach a wide audience through advertising. The article examines exactly how mass culture can influence the advertising business – for what purposes such advertising is used by mass culture producers, highlights the common features of these fields of activity, which reveal the reasons for the influence of mass culture on advertising. Advertising is becoming a more accessible tool for manipulating the masses and forming new behavioral habits in society that lead to a new reality of endless needs.*

***Keywords:** mass culture; advertising; manipulation of the masses; consumer society; competition; consumers*

Современный мир принято считать обществом потребления, начало которому было положено с приходом радио и телевидения, позволяющим получать информацию в фоновом режиме, что, в совокупности с экономическими и политическими факторами начала 20 века, формировало новую реальность. В этой

новой реальности важную роль сыграли массовая культура и реклама. Их производители стали влиять на потребителя не только напрямую, но и подменяя понятия, опровергая старые социальные установки и создавая новую систему ценностей. Таким образом, общество стало иначе относиться к

материальным тратам. Создатели и распространители массовой культуры были заинтересованы в получении прибыли от своей максимально понятной продукции. Чтобы воздействовать на широкую аудиторию, они прибегали не только к стимулированию сбыта, но и формировали такие установки, из-за которых удовлетворение потребностей становилось неосуществимым – люди переставали экономить, так как продавать стали не сам товар, а идею. Потребности в конкретных видах товара у человека ограничены, но личностные потребности бесконечны. Этим стали пользоваться рекламисты: они стали продавать не конкретный продукт или услугу, а статус, ощущения и эмоции, которые возможно получить только с определенным брендом. Для этого использовались различные технологии создания рекламы, в том числе с помощью массовой культуры. Так массовая культура получила еще один возможный способ распространения и влияния – через рекламу. В 21 веке активно используется интернет для распространения и получения любой информации. Следовательно, интернет становится главным инструментом распространения и каналом передачи идей массовой культуры, в том числе и посредством рекламы.

Массовая культура – вид культуры, характеризующийся производством культурных ценностей: рассчитанных на массовое потребление и на усредненный массовый вкус; стандартизованных по форме и содержанию; предполагающих коммерческий успех; и распространяемых средствами массовой информации (СМИ). Характеристики массовой культуры: простота, примитивность, развлекательность [4]. Цель массовой культуры – «самопродажа». К продуктам массовой культуры относятся

произведения, созданные в первую очередь для получения материальной выгоды, а не для интеллектуального и эстетического удовлетворения. Они всегда будут сохранять свою актуальность, так как подстраиваются под веяния общества.

Массовая культура направлена на управление сознанием широких масс. Масса – по Л. Фон Визе – множество лиц, принадлежащих к различным слоям и социальным группам, характеризующееся одинаковым поведением, отвечающим навязываемым стандартам в следовании моде, в потреблении, в проведении досуга, в формировании политических взглядов и т.д. [4]. В отличие от элитарной культуры массовая имеет низкий порог входа, что и позволяет воздействовать на все слои населения, независимо от социального статуса, роли, пола, возраста и индивидуальных качеств. Она будет понятна любому человеку. Управление сознанием происходит через контроль над информационными потоками, к которым относятся не только различные СМИ, но и любые средства массовой коммуникации (СМК) – литература, театр, кино, соцсети и реклама в том числе.

Язык рекламы давно перестал быть исключительно прагматичным, как это было, например, в рекламе первых автомобилей, где просто перечислялись их технические особенности, где не использовали психологические приемы, рекламировали по принципу практичности товара – был спрос, появлялось и предложение, об этом оставалось только проинформировать людей. Сейчас, в условиях рыночной экономики и повышенной конкуренции, спрос стало необходимо формировать, так как рынок предложений переполнен, а люди успели пресытиться всеми видами товаров и услуг, что повышает уровень требований к производителям. Сейчас

производители активно прибегают к помощи рекламы, чтобы о товаре/услуге/бренде не просто узнали, но, и чтобы он смог выделиться на фоне множества своих конкурентов. Поэтому можно уже говорить даже о том, что и сама реклама влияет на массовую культуру. Но в данной статье рассматривается обратное: как массовая культура влияет на рекламу.

Реклама не могла бы дойти до уровня влияния на массовую культуру, как было упомянуто выше, если бы массовая культура не дала стремительного развития рекламному сектору, благодаря которому рынок рекламы претерпел большие изменения. Следовательно, реклама является одним из инструментов массовой культуры. Почему эти сферы так связаны друг с другом? Для этого сначала необходимо выделить схожие черты, объясняющие причины влияния массовой культуры на рекламу:

Коммерциализация. Массовая культура и реклама завязаны на продажах. Как отмечает Учёнова [6], рассматривая связь массовой культуры и рекламы, «всепроникающая коммерциализация» массовой культуры обусловлена ее ориентацией на незамедлительный потребительский спрос и, соответственно, на создание продукции для любых социальных групп. Так и реклама является коммуникативной технологией, которую используют в коммерческих целях для максимально широкого охвата аудитории. Таким образом, у обеих рассматриваемых сфер финансовая выгода — это показатель конечной эффективности.

Отхождение от эстетических и интеллектуальных ценностей. Реклама, как и любое явление массовой культуры, не вырабатывает собственных смыслов, а черпает их из произведений высокого искусства, репродуцируя их до уровня восприятия простого обывателя [3], по

сути, культивируя массовую культуру.

Интенция. Схожие коммуникативные намерения сближают массовую культуру с рекламой. Если рассматривать обе сферы как коммуникацию, то изначальной целью будет служить именно получение выгоды от потребителей, то есть взаимодействие аудитории с брендом всегда будет обусловлено наличием заинтересованной в узнаваемости и продвижении своих товаров/услуг стороны.

Производство. Все продукты массовой культуры наравне с рекламными продуктами составляют часть повседневной жизни, поскольку производятся они ежедневно в большом количестве.

Распространение происходит через любые СМИ и СМК в максимально легком для усвоения формате. В зависимости от специфики продукта осуществляется сегментация различных целевых аудиторий (каждая все так же массовая) под разные каналы распространения информации. Таким образом, нужная информация становится еще более доступной для потребителя. Один и тот же материал может распространяться под видом разного контента, но тем не менее приведет к решению о покупке/формированию конкретного мнения.

Аудитория. Обе сферы объединяют большое количество людей, формируя потребительские массы. Рекламодатели, используя известные образы из массовой культуры, привлекают уже сформированную аудиторию, а сами образы получают еще большее распространение, формируется чувство принадлежности к конкретной социальной группе.

Доступность. Любая информация будет преподнесена в понятном для аудитории формате, чтобы не потерять

потенциальных потребителей. Часто из-за этого производство контента ориентируется на количество, а не качество аудитории.

Последствия влияния. Массовая культура и реклама продуктами своей деятельности влияют на ценности и принципы общества. Как пишет Татаринцева в статье «Культура потребления как социологическая категория»: «Культура потребления предполагает постепенное вовлечение человека в процесс потребления, начиная с первых лет жизни» [5]. Получается, что вся деятельность, создаваемая массовой культурой и рекламой, формирует культуру потребления с самого детства. Таким образом меняют образ мышления поколений.

Проанализировав вышеперечисленные сходства, становится ясно, что массовая культура использует рекламу, отталкиваясь от своей первоначальной цели – «самопродажи». Учитываются эти точки пересечения с рекламной деятельностью для повышения эффективности распространения продуктов, образов и идей. Массовая культура сформировала новое общественное мышление, под запросы которого подстраивается реклама. Если же реклама не будет учитывать влияния массовой культуры на общество и, соответственно, не будет подчиняться сама этому влиянию, то рискует быть непринятой и непонятой обществом, что делает рекламу нерезультативной.

Каким именно образом массовая культура влияет на рекламу?

Во-первых, реклама использует готовые образы – персонажи, сюжеты и символику, которые уже известны аудитории из массовой культуры. Но это никогда не должно быть плагиатом, наоборот, такая реклама обладает конвенциональностью.

Конвенциональность – это качество рекламы, при котором используемый готовый рекламный образ обладает общеизвестностью, входит в когнитивную базу общества и, апеллируя к источнику употребления, приобретает новое смысловое содержание [1]. Так, например, активно используется креолизованный вид рекламы, где главной визуальной составляющей является апелляция к известным персонажам. Появляются коллаборации разных брендов массовой культуры. «Смешарики» привлекают детей, которые видят их изображение на упаковке йогуртов «Растишка», что повышает спрос. Игра монополия выпускает коллекцию с использованием персонажей из мультфильма «Маша и Медведь». А торговая марка молочных продуктов «Простоквашино», выпускаемая компанией «Данон Россия», использует давно известный образ кота Матроскина из мультфильма «Трое из Простоквашино». Все эти персонажи из «мира» массовой культуры понравились российскому пользователю. Это готовые стереотипные образы, вызывающие ассоциации, которые получаются воспринимать легче и интереснее, что повышает продажи.

Во-вторых, использование интертекстуальности. В рекламных текстах появляется языковая игра, отсылающая нас к прецедентным текстам, известных произведений массовой культуры. Например, после выхода сериала «Слово пацана: кровь на асфальте» стали появляться слоганы, обыгрывающие это название – так появился пост в телеграм-канале правительства Камчатского края, в котором рекламировали прямую линию с Владимиром Путиным со слоганом «Слово пацана, которое реально стоит посмотреть». Благодаря использованию

всем известного нейминга реклама привлекала к себе внимание аудитории даже за пределами подписчиков этого телеграм-канала. Сам по себе сериал никак не связан с рекламным объектом (прямой линией). Но такая реклама привлекает к себе внимание из-за использования в ней языковой игры с названием продукта массовой культуры.

В-третьих, отсюда следует еще один немаловажный способ влияния массовой культуры на рекламу – инфоповоды. Продукты массовой культуры характеризуются быстрорастущими широкими охватами и быстрозабываемостью, то есть появляются тренды, привлекающие к себе много внимания, но затем быстро «потухают», а внимание публики переключается на следующий тренд. Примером удачной работы с инфоповодами могут служить креативы брендов во время выхода фильма «Барби» в 2023 году. Этот фильм – продукт массовой культуры. И большую роль в его успехе сыграл вирусный маркетинг. Выход «Барби» стал настолько ярким инфоповодом, что многие бренды использовали стилистику, готовые образы и всевозможные отсылки к фильму в своих рекламах. Так фильм получил еще большее распространение, а бренды – внимание от всеобщего инфоповода. Мультфильм «Побег из курятника» выпустил рекламные постеры с персонажами в стиле «Барби», обувной бренд Crocs выпустили коллекцию розовой обуви «Barbie Crocs», сеть фастфуда Burger King выпустил специальный «Барби-комбо», сопроводив это рекламными кампаниями. Это можно использовать эффективно в качестве стратегии, когда, например, бренд в рекламе регулярно обыгрывает инфоповоды. Иначе такая реклама очень быстро становится неактуальной.

В-четвертых, помимо влияния на креативную составляющую рекламы, массовая культура повлияла на рекламные технологии. Стали развиваться СМИ, массмедиа и соцсети, — все это относится к явлениям массовой культуры, что способствовало появлению и развитию новых видов рекламы (реклама в соцсетях, реклама в интернете, реклама у блогеров, инфлюенсеров и т.п.).

И, наконец, идеологическое влияние. Массовая культура – это не только готовые образы, это внедрение готовых идей и установок в обществе. Они и образовали новое общество потребления, что невозможно не учитывать в рекламе, так как иначе она не будет принята потребителем. Поэтому мы постоянно слышим и видим слоганы, диктующие правила жизни, например, «Думай иначе» у «Apple», «Используй момент по максимуму» у «Vodafone», «Вы этого достойны» у «L’Oreal» и т.д. Подобные слоганы меняют картину мира человека. Он перестает тратить только на свои практические нужды, ему внушают потребность постоянно что-то приобретать. В этом заинтересованы коммерческие компании, которые и положили начало культуре потребления. Они манипулируют человеческим сознанием, формируя новые ценности и потребности, удовлетворить которые можно только с приобретением товара или услуги конкретного бренда. И этот процесс не заканчивается никогда.

В заключение важно отметить, что массовая культура оказывает значительное влияние на рекламу. Реклама стала демонстрировать культуру потребления, с ее помощью удастся манипулировать широкими массами, и увеличивать воздействие на потребителей. Как писал Дебор в «Обществе спектакля»: «Отныне иллюзии превращаются в самый ходовой товар» [2]

— это значит, что в современном мире, характеризующимся, как общество потребления, реальность которого во многом определяется веяниями массовой культуры, навязывающей ценности для получения прибыли, люди стали сами готовы платить за предложение, не думая о том, что спроса у них не было. Это подтверждает эффективность применения рекламы как инструмента продвижения массовой культуры. Но нельзя сказать, что это влияние имеет исключительно

негативные последствия. Благодаря нему рекламная деятельность постоянно развивается: появляются новые креативы, исследования вкусов и мнений аудитории, повышенная конкуренция улучшает качество рекламных работ. Но данная тема все еще сохраняет актуальность именно из-за того, что аудитория чаще всего не осознает последствий влияния массовой культуры на рекламу, которые неявно, но сказываются не в пользу развития общества.

Литература:

1. Анашкина Н.А. К вопросу о взаимодействии рекламы и массовой культуры // ОНВ. 2012. №1 (105). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-vzaimodeystvii-reklamy-i-massovoy-kultury> (дата обращения: 25.12.2023).
2. Дебор Ги. Общество спектакля. М.: Логос, 2000. 184 с.
3. Кузнецова Е.В. Массовая культура как феномен современной коммуникативной практики // Вестник КГУ. 2011. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/massovaya-kultura-kak-fenomen-sovremennoy-kommunikativnoy-praktiki> (дата обращения: 25.12.2023).
4. Культурология: практический элемент учебно-методического комплекса по дисциплине. Учебный словарь /Сост. Ибрагимов В.Г.—Абакан: Изд-во Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова, 2007. – 67 с.
5. Татаринцева Ю.О. Культура потребления как социологическая категория // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. 2016. №3 (7). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kultura-potrebleniya-kak-sotsiologicheskaya-kategoriya> (дата обращения: 18.01.2024).
6. Учёнова В.В. Реклама и массовая культура: Служанка или госпожа? учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Журналистика» и «Реклама». – М.: ЮНИТИДАНА, 2008. – 248с.: цв. ил.

Агаева Джамиля Ровшановна,
Студентка АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: milyaagaeva@mail.ru

Научный руководитель:
Шабунин Александр Станиславович,
к.плт.н., доцент кафедры Рекламы и связей с общественностью АНО ВО «Российский
новый университет»
e-mail: shabunin.alexander@mail.ru
SPIN: 1460-5300
ORCID: 0009-0008-9296-6537

Влияние публичных отношений на имидж компании

***Аннотация:** В данной статье выявлено влияние публичных отношений и коммуникаций на имидж и репутацию компании. Проанализированы различные аспекты взаимодействия компании с внешней средой, включая общение со СМИ, инвесторами, партнерами и клиентами, а также влияние социальных медиа на формирование общественного мнения. Рассмотрены случаи некомпетентного взаимодействия в социальных сетях, повлекшие имиджевый кризис компании. Внимание уделяется исследованию методов и стратегий, которые могут быть использованы компаниями для управления своим публичным образом и повышения своей конкурентоспособности на рынке. Заключается, что публичные отношения являются важным инструментом для формирования имиджа компании. Они позволяют компании продемонстрировать свою открытость, честность и готовность к сотрудничеству, что в свою очередь способствует укреплению доверия со стороны партнеров, клиентов и общества в целом. Однако, для того чтобы публичные отношения были эффективными, компаниям необходимо уделять внимание не только внешним коммуникациям, но и внутренним. Сотрудники компании должны быть вовлечены в процесс формирования публичных отношений и осознавать свою роль в этом процессе. Таким образом, публичные отношения играют ключевую роль в формировании имиджа компании и ее успешном развитии на рынке.*

***Ключевые слова:** Имидж; публичные отношения; формирование имиджа; СМИ, личный имидж; коммуникация; репутация; аудитория*

The impact of public relations on the company's image

***Annotation:** This article reveals the influence of public relations and communications on the company's image and reputation. Various aspects of the company's interaction with the external environment are analyzed, including communication with the media, investors, partners and customers, as well as the influence of social media on the formation of public opinion. Cases of incompetent interaction in social networks, which caused the company's image crisis, are considered. Attention is given to the study of methods and strategies that can be used by companies to manage their public image and increase their competitiveness in the market. It is concluded that public relations are an important tool for shaping a company's image. They allow a company to*

demonstrate its openness, honesty and willingness to cooperate, which in turn contributes to building trust from partners, customers and society as a whole. However, in order for public relations to be effective, companies need to pay attention not only to external communications, but also to internal ones. Company employees should be involved in the process of forming public relations and realize their role in this process. Thus, public relations play a key role in shaping the company's image and its successful development in the market.

Keywords *Image; public relations; image formation; mass media; personal image; communication; reputation, audience.*

Введение

В современном мире, где конкуренция между компаниями постоянно растет, одним из ключевых факторов успеха становится правильный имидж и репутация компании. Публичные отношения, под которыми подразумеваются коммуникации с внешними аудиториями, такими как СМИ, инвесторы, партнеры и клиенты, играют важную роль в формировании этого имиджа. Цель данного исследования – изучить влияние публичных отношений на формирование имиджа и репутации компании, а также определить стратегии, которые помогут компаниям управлять своим публичным образом для повышения конкурентоспособности [4]. Актуальность данной темы обусловлена тем, что эффективное управление публичными отношениями становится неотъемлемой частью успешного бизнеса, позволяя компаниям создавать и поддерживать положительный имидж, привлекать инвестиции и новых клиентов [1]. В обзоре литературы представлены основные теории и исследования, посвященные данной тематике, проанализированы различные подходы к пониманию взаимосвязи между публичными отношениями и имиджем компании.

Терминология

1. Публичные отношения — это взаимодействие компании с внешними аудиториями (СМИ, инвесторы, клиенты и т. д.), которое влияет на формирование ее имиджа.
2. Имидж компании — это представление о компании, складывающееся у внешней аудитории на основе различных источников информации, таких как публичные выступления, публикации в СМИ, социальные сети и т. д.
3. Репутация компании — это оценка компании обществом, основанная на ее истории, достижениях, отношениях с партнерами, клиентами и другими заинтересованными сторонами.
4. Конкурентоспособность - способность компании успешно конкурировать на рынке, предлагая лучшие товары или услуги по сравнению с конкурентами.
5. Стратегии управления публичным имиджем — это методы и подходы, используемые компаниями для формирования и поддержания положительного имиджа в глазах внешней аудитории.

Репутационный кризис

В качестве примера можно привести компанию Tesla, которая

активно использует социальные медиа для продвижения своих продуктов и идей об устойчивом развитии. Это помогает компании создавать положительный имидж и привлекать новых клиентов. Но при этом нередко личный имидж создателя компании – Илона Маска ассоциируют с Tesla. Его высказывания в социальных сетях вызывают смешанные чувства и эмоции, влияющие не только на имидж Маска, но также и компаний Tesla и SpaceX [2].

Еще одним примером является компания Apple, которая также активно использует публичные отношения для формирования своего имиджа. Она проводит презентации своих продуктов, общается с журналистами и блогерами, что помогает создать впечатление о компании как о инновационной и клиентоориентированной [8]. Также был случай, когда из-за своих действий Apple потеряла какую-то часть русскоязычной аудитории, которые сочли их штрафные санкции неоправданными: волна банов на «русском» ютубе за стриминг ежегодной презентации iPhone; отключение сервиса ApplePay на территории России; Нежелание проявить лояльность к аудитории и дать доступ к оплате сервисов компании карточками русских банков.

Китайских товарищей Apple тоже не обошло стороной, но на этот раз люди негодуют и по поводу компании и действий китайской власти: Apple так и не разрешила проблему с AirDrop из-за которой могли утекать личные данные граждан Китая, хоть и обещала это сделать с 2022 года. Из-за данного инцидента пришлось вмешаться властям Китая, чтобы разрешить проблему распространения нежелательного контента по стране. При помощи «белых» хакеров они взломали сервис AirDrop, чтобы идентифицировать данные всех

пользователей системы. Это повлекло негодование в социальных сетях [10].

Компания Google также активно использует публичные отношения для формирования положительного имиджа [6]. Они сотрудничают с различными организациями и экспертами, проводят конференции и презентации, что помогает им привлекать новых сотрудников и клиентов [3]. С другой же стороны в Google недавно уволили разработчика нейросетевой языковой модели LaMDA Блейка Лемойна за то, что он высказал мнение о том, что искин обладает собственным сознанием и привел доказательства своих слов. Google ответили так: «Ему было сказано, что свидетельства того, что LaMDA обладает сознанием, отсутствуют. При этом есть множество свидетельств обратного», — заявил официальный представитель Google Брайан Гэбриел [11].

Компания «У Палыча» активно выстраивает свои публичные отношения, используя различные каналы коммуникации с клиентами и партнерами. На территории страны входит в топ лучших кондитерских компаний, занимающая 13 место.

Во время взлета совладелец компании «У Палыча» попытался заставить бортпроводников самолета посадить его приятеля из эконом-класса в бизнес. На отказ экипажа воздушного судна в его просьбе пьяный бизнесмен отреагировал нецензурной бранью, угрозами увольнения и физической расправой. [9] Из-за некорректных действий бизнесмена Акции компании упали в тот же день, поскольку человека всегда ассоциируют с компанией, где он работает [7].

Выводы

Что же делать в такой ситуации? Рискованно и больно перекладывать

ответственность за высказывания на сотрудника, но по-другому компания никак не сможет отмыться от вреда, причиненного ей, ведь «Личные страницы сотрудников – это их личная жизнь» – сказала Надя Лукас, специалист по продвижению в социальных сетях.

В данной научной статье было рассмотрено влияние публичных отношений на формирование и поддержание имиджа компании. Было установлено, что публичные отношения, включая отношения с клиентами, партнерами, конкурентами, СМИ и обществом в целом, играют ключевую роль в создании благоприятного имиджа компании [5].

Позитивное взаимодействие с различными аудиториями способствует формированию доверия к компании, что в свою очередь ведет к увеличению ее рыночной доли, повышению продаж и укреплению позиций на рынке. В то же время, негативное взаимодействие с внешними аудиториями может негативно сказаться на имидже компании и привести к снижению ее конкурентоспособности.

Для эффективного управления публичными отношениями компании следует разрабатывать и применять коммуникационные стратегии, которые учитывают интересы различных аудиторий и способствуют формированию позитивного имиджа

компании в их глазах. Это включает в себя активное взаимодействие со СМИ, проведение мероприятий и акций, направленных на укрепление отношений с клиентами и партнерами, а также участие в социальной ответственности и благотворительности.

Таким образом, управление публичными отношениями является важным инструментом для формирования и поддержания благоприятного имиджа компании, что, в свою очередь, способствует ее успешному развитию и росту на рынке.

В заключении, можно сказать, что управление публичными отношениями представляет собой сложную, но важную задачу для любой компании. Понимание значимости этого процесса и применение соответствующих стратегий может значительно улучшить имидж компании и повысить ее конкурентоспособность на рынке. Важно помнить, что имидж компании — это не только ее продукт или услуга, но и ее репутация, которая формируется в результате взаимодействия с различными аудиториями. Управление публичными отношениями позволяет компании контролировать свою репутацию и создавать позитивное восприятие у потенциальных клиентов, партнеров и общества в целом.

Литература:

1. Александрова Юлия Юрьевна, Карловская Наталья Николаевна, Пряжников Николай Сергеевич Имидж специалиста: парадоксы профессиональной идентичности // ОмГУ. 2023. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-spetsialista-paradoksy-professionalnoy-identichnosti> (дата обращения: 27.12.2023).
2. Берёзина В.Е. Положительный имидж – защита от ваших ошибок // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2020. №2-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/polozhitelnyy-imidzh-zaschita-ot-vashih-oshibok> (дата обращения: 27.12.2023).
3. Богданова А.А. Анализ основных ошибок бизнес-этикета менеджеров // Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. №4-1 (98). URL:

- <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-osnovnyh-oshibok-biznes-etiketa-menedzherov> (дата обращения: 27.12.2023).
4. Катровский Юрий Андреевич, Купчинская Мария Александровна Роль связей с общественностью в формировании положительного имиджа проектов и организации // Бизнес-образование в экономике знаний. 2020. №3 (17). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-svyazey-s-obschestvennostyu-v-formirovanii-polozhitel'nogo-imidzha-proektov-i-organizatsii> (дата обращения: 27.12.2023).
 5. Кицура Д.Д. Теоретический разбор совершенствования имиджа компании и стратегии формирования имиджа // Вестник науки. 2023. №11 (68). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskiy-razbor-sovershenstvovaniya-imidzha-kompanii-i-strategii-formirovaniya-imidzha> (дата обращения: 27.12.2023).
 6. Мартынова О.И. Бизнес в публичной дипломатии // МНИЖ. 2021. №4-4 (106). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/biznes-v-publichnoy-diplomatii> (дата обращения: 27.12.2023).
 7. Пальчикова М.В., Суина К.А. Влияние этичного поведения служащего ФССП РФ в социальных медиа на формирование имиджа службы // Ученые записки Тамбовского отделения РoCMY. 2020. №19. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-etichnogo-povedeniya-sluzhaschego-fssp-rf-v-sotsialnyh-media-na-formirovanie-imidzha-sluzhby> (дата обращения: 27.12.2023).
 8. Степанова Д.П., Степанова О.Н. Оценка женственности публичного имиджа девушек-спортсменок (на примере прыгуний в воду высокой квалификации) // Ученые записки университета Лесгафта. 2023. №5 (219). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-zhenstvennosti-publichnogo-imidzha-devusheksportsmenok-na-primere-pryguniy-v-vodu-vysokoy-kvalifikatsii-1> (дата обращения: 27.12.2023).
 9. Тимохович А. Н. Внешний имидж гипермаркета как фактор влияния на поведение потребителей // Цифровая социология. 2020. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vneshniy-imidzh-gipermarketa-kak-faktor-vliyaniya-na-povedenie-potrebiteley> (дата обращения: 27.12.2023).
 10. Чикова Т.А., Елсукова Ю.Ю. Роль имиджа в современной организации // Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. №7 (101). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-imidzha-v-sovremennoy-organizatsii> (дата обращения: 27.12.2023).
 11. Чуланова О.Л. Влияние моделей организации и организационных форм взаимодействия на имидж организации и персонал - имидж организации // Материалы Афанасьевских чтений. 2019. №1 (26). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-modeley-organizatsii-i-organizatsionnyh-form-vzaimodeystviya-na-imidzh-organizatsii-i-personal-imidzh-organizatsii> (дата обращения: 27.12.2023).

Винарский Иван Александрович,
Студент АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: vinarskiy.ivan@inbox.ru

Научный руководитель:
Шабунин Александр Станиславович,
к.плт.н., доцент кафедры Рекламы и связей с общественностью АНО ВО «Российский
новый университет»
e-mail: shabunin.alexander@mail.ru
SPIN: 1460-5300
ORCID: 0009-0008-9296-6537

РУССКИЙ ЯЗЫК И ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО

УДК 81'33

Стариков Д.И.

Скандинавский образ жизни: по данным современных лексических заимствований в русском языке

Аннотация: Научная статья рассматривает влияние скандинавских заимствований на русский язык. Особое внимание уделяется активному взаимодействию русского и скандинавского языков, анализу формирования иноязычной лексики и особенностям ассимиляции заимствованных слов. Выделяются лексико-семантические группы, включая «особый скандинавский образ жизни» и «еда», как экзотические элементы, отражающие культурные особенности языков-доноров. Статья подчеркивает не только историческое влияние, но и иллюстрирует современный языковой обмен на примере взаимодействия русского и скандинавских языков.

Ключевые слова: иноязычная лексика; заимствования; ассимиляция; русский язык; скандинавские языки; экзотизм

Starikov D.I.

Skandinavischer Lebensstil: Nach modernen lexikalischen Ausleihen auf Russisch

Annotation: The scientific article examines the influence of Scandinavian elements on the Russian language. Attention is paid to the active interaction of the Russian and Scandinavian languages, the analysis of the formation of foreign language vocabulary and the peculiarities of assimilation of borrowed words. Lexico-semantic groups are distinguished, including «a special Scandinavian lifestyle» and «food», as exotic elements reflecting the cultural characteristics of the donor languages.

The article emphasizes not only the historical influence, but also illustrates the modern language exchange by the example of the interaction of Russian and Scandinavian languages.

Keywords: foreign language vocabulary; borrowings; assimilation; Russian; Scandinavian languages; exoticism

Активные процессы в современном русском языке сегодня характеризуются особенной интенсивностью. Известно, что лексика – самый подвижный уровень языка. Так, словарный запас русского языка активно дополняется, увеличивается и видоизменяется – рождаются новые лексические единицы, в то время как другие выходят из употребления. Исследование диахронических изменений в словарном запасе русского языка не

только уточняет этимологию слова, но и объясняет сложные языковые явления и процессы этой лексической единицы, определяющие ее современное состояние.

Лексический запас русского языка включает в себя как исконно русские слова, так и лексические единицы иноязычного происхождения, тем самым делая языковой арсенал гораздо разнообразнее.

Погружаясь в суть динамичного процесса адаптации иноязычных заимствований в русском языке, мы обнаруживаем, что лексический запас русского языка представляет собой настоящий лингвистический мозаичный, неоднородный ландшафт. Эта неоднородность проявляется не только в самом факте заимствования, но и во времени, когда эти заимствования вошли в язык-реципиент.

Согласно классической концепции, выделяется терминологическая система, которая разграничивает понятия «заимствованная лексическая единица» и «иноязычная лексика». Под термином «заимствование» обычно понимают как элемент иностранного языка (слово, морфема, синтаксическая конструкция), так и процесс вхождения этого элемента в язык-реципиент (принимающий язык) [5; с. 261]. Так, например, слово «плут», пришедшее в русский язык (язык-реципиент) в результате контактов русского и скандинавских языков, является заимствованным словом.

В качестве основного критерия, используемого для четкого разделения двух вышеупомянутых терминов, ученые используют степень ассимиляции конкретного слова. Так, С. И. Бахтина считает, что одним из обязательных условий, при котором лексическую единицу можно считать заимствованием, является употребление этой единицы в узусе языка [1; с. 90].

Ассимиляция как основной критерий заимствования – это процесс приспособления заимствованного слова к фонетическим, лексическим и грамматическим структурам языка, в который оно внедряется. Этот процесс может включать изменения звуков, структуры слова, его формы и грамматического строя, чтобы соответствовать характеру принимающего языка. Ассимиляция помогает интегрировать заимствованные элементы в систему языка, в который они вводятся, делая их более соответствующими лингвистическим стандартам этого языка [2; с. 30].

К трем основным типам ассимиляции относят:

1. Фонетическая ассимиляция: данный тип ассимиляции связан с изменениями в звучании заимствованных слов. Например, звуки могут изменяться в соответствии с фонетическими правилами принимающего языка. Так, норвежское заимствование «кушелиг» (*koselig* ([ˈkoːʃ(ə)li]) – приятный, уютный, комфортный), производное от *kose seg* (приятно проводить время), в русском языке произносится как [к'ушыл'ик] (в конце слов [г] произносится как один из вариантов русских глухих заднеязычных (здесь: взрывной [к] на конце слов, оканчивающихся на «г»)).

2. Лексическая ассимиляция: следующий вид ассимиляции, который касается семантических и лексических аспектов. Заимствованные слова могут подвергаться изменениям в своем значении или принимать новую лексическую форму в соответствии с особенностями целевого языка. Так, заимствованное слово «фиельд» (норв. *fjeld*), обозначающее высокую местность, представляющую собой чередование высоких холмов и впадин, уподобилось лексико-семантической системе русского

языка и претерпело формально-структурные изменения в написании этого слова (*fjeld* > *фиельд*). Другим примером может послужить шведский *glögg* или норвежский *gløgg*, которые были заимствованы русским как *глёг/глог* – горячий, сладкий и пряный напиток из красного вина или безалкогольного заменителя, который часто подают с миндалем и изюмом, обычно на Рождество (*gløgg* > *глёг*).

3. Грамматическая ассимиляция: этот тип ассимиляции относится к изменениям в грамматической структуре заимствованных слов. Они могут подвергаться изменениям в склонении, спряжении, форме и других грамматических характеристиках, чтобы соответствовать правилам принимающего языка [6; с. 183]. Например, прилагательное *лагомный*, образованное от *лагом* (швед. *lagom* – адекватный, достаточный, умеренный, оптимальный), перенял флексии прилагательных русского языка.

Возвращаясь к иноязычной, заимствованной лексике, важно отметить, что самые первые заимствования в русский язык из неславянских языков произошли в VII–XII вв. [4; с. 155]. Особенно активно в этот период в русский язык проникали слова из скандинавских языков, таких как шведский и норвежский. Они пришли вместе с морскими торговцами и рыбаками, внесли вклад в лексику, связанную с морским промыслом, а также в имена собственные. На Древней Руси в официально-деловой речи использовались слова, сегодня устаревшие, такие как *ярл*, *тиун*, *ябеда*, *плут*, *конунг*. Период активного взаимодействия русского и норвежского языков был достаточно непродолжительный, даже несмотря на то, что история славянских племен

напрямую связана со Скандинавией (о чем свидетельствует, например, известный путь «из варяг в греки»). Тем не менее русский язык продолжает обогащаться лексикой из скандинавских языков. Так, в рамках работы над словарем скандинавских заимствований в русском языке нами была произведена выборка слов, которая сформировала две лексико-семантические группы слов – «особый скандинавский образ жизни» (*фрилуфтслив*, *кушелиг*, *хюгге*, *сису*, *лагом*, *глюггаведур* и др.) и «еда» (*даниш*, *лютефиск*, *снобрёд*, *крингл*, *фледеболлер* и др.). Эти группы представляют заимствования, передающие уникальные аспекты скандинавской культуры и быта.

Данные лексико-семантические группы скандинавских заимствований также представляют собой примеры так называемых экзотизмов – заимствований, передающих отличительные черты общественной жизни, быта, нравов, ментальности того народа, который они представляют [3]. К экзотизмам нами отнесены слова, имеющие в определении компонент зарубежной действительности, которые могут быть представлены: 1) притяжательным прилагательным, который обозначает принадлежность зарубежному скандинавскому государству: *глюггаведур* – **исландский** стиль, образ жизни, предполагающий умение получать удовольствие от непогоды; 2) предложно-падежным сочетанием с предлогом «в» и обозначением скандинавского государства: *лютефиск* – традиционное скандинавское рыбное блюдо, популярное **в Норвегии, Швеции** и некоторых районах **Финляндии**.

Важно отметить, что данные лексические единицы ассимилировались неполностью: в некоторых случаях заимствованное слово прошло только фонетическую или грамматическую

ассимиляцию. Так, например, прилагательное *лагомный*, образованное от *лагом* (швед. *lagom* – адекватный, достаточный, умеренный, оптимальный), принимает парадигму склонения качественных прилагательных и изменяется по родам, падежам и числу согласно правилам русского языка (*Лагом* пронизывает все сферы шведского общества: «лагомный дизайн», «лагомная мода», «лагомная экология», «лагом на работе», «лагом в доме», «лагом и здоровье», «лагомная еда» и др.). Особенностью скандинавских заимствований является их неоднородность: некоторые слова подверглись полной адаптации, сумев при этом сохранить свое уникальное значение, и на сегодняшний день используются носителями языка-реципиента, русского, повсеместно, в то время как новые заимствования подвергаются лишь частичным изменениям, сохраняя свою экзотическую природу.

Таким образом, русский язык, под влиянием культурных и языковых контактов, в том числе со стороны скандинавских стран, сформировал уникальный лингвистический ландшафт. Исследование процессов заимствования и ассимиляции иноязычных элементов в русском языке выявляет не только исторические корни, но и современные тенденции лингвистической эволюции. Период с VII по XII века отмечен значительным влиянием скандинавских языков на русский, привнося в лексику не только деловые термины, но и элементы культуры и имена собственные. Уникальные лексико-семантические группы, выявленные в современном русском языке, подтверждают продолжающееся влияние скандинавских языков. Экзотические элементы не только обогащают словарный запас русского языка, но и передают особенности скандинавского образа жизни.

Литература:

1. Бахтина С. И., Павлова Т. Н. Лексико-семантическая адаптация заимствований в русском языке XX начала XXI веков // Вестник Чувашского университета. – 2014. – № 1. – С. 89-95.
2. Бондаренко С. А., Чубарова В. В., Утигенова А. Е. Зарождение иноязычной лексики в русском языке // Наука и реальность. – 2022. – № 3 (11). – С. 28-32.
3. Валеева Г. М. Экзотическая лексика и её лингвистические возможности // Учёные записки казанского университета. – 2010. – №6. – С. 116-123.
4. Ёрова С. Н. История заимствований слов в русском языке // Ученые записки Худжандского государственного университета им. академика Б. Гафурова. Гуманитарные науки. – 2017. – № 2 (51). – С. 155-160.
5. Клементьева Е. В. Адаптация иноязычных заимствований в русском языке // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2014. – № 5. – С. 260-263.
6. Стрекалева, Т. В. Фонетическая ассимиляция галлицизмов в русском языке / Т. В. Стрекалева // Сибирский аэрокосмический журнал. – 2006. – № 11. – С. 183-186.

Стариков Данил Игоревич,
Аспирант АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: tteacherdanny@gmail.com

Научный руководитель:
Голикова Татьяна Александровна,

д.фил.н., профессор кафедры Русского языка и издательского дела АНО ВО «Российский
новый университет»

SRIN 7185-5066

ORCID 0000-0002-5714-5855

Специфические черты жанра автофикшн в стихотворениях Дианы Никифоровой

***Аннотация:** В статье рассматриваются особенности жанра автофикшн на примере современной молодой поэтессы Дианы Никифоровой. Поднимается вопрос о том, можно ли считать её стихотворения автофикшеном. Уделяется внимание происхождению термина и его распространению в России. Также акцентируется внимание на рецензии Бориса Кутенкова и его анализе стихотворений Д.Никифоровой. Творчество поэтессы — это индивидуальный стиль или молодёжный сленг, как считает Б.Кутенков?*

Размышляем о том, почему её поэзия создаётся, в первую очередь, для сцены. Отвечаем на вопрос о том, с помощью каких приёмов Д.Никифоровой удаётся наиболее точно и правдиво отражать молодёжную реальность нашего времени.

***Ключевые слова:** Автофикшн; авторский вымысел; Борис Кутенков; Диана Никифорова; поэзия; черты жанра*

Efremova E.D.

Specific features of the genre of autofiction in the poems of Diana Nikiforova

***Annotation:** The article deals with the peculiarities of the genre of autofiction on the example of a modern young poet Diana Nikiforova. The question of whether her poems can be considered autofiction is raised. Attention is paid to the origin of the term and its spread in Russia. Boris Kutenkov's review and his analyses of Nikiforova's poems are also highlighted. Is the poetess's work an individual style or youth slang, as Kutenkov believes? We reflect on why her poetry is created primarily for the stage. We answer the question of what methods Nikiforova manages to reflect the youth reality of our time most accurately and truthfully.*

***Keywords:** Autofiction; author's fiction; Boris Kutenkov; Diana Nikiforova; poetry; traits of the genre*

В литературе понятие «автофикшн» означает кросс-жанровое направление, в котором автобиография смешивается с художественной прозой, а реальные события переплетаются с авторским вымыслом. Особенность его в том, что никто, кроме автора не знает, где заканчивается правда и начинается

вымысел.

Термин «autofiction» предложил Серж Дубровский, французский писатель, ещё в 1977 году. Он отказался от понятия «автобиография» и словом «автофикшн» определил жанр своего романа «Сын». В аннотации к своей книге автор объяснил, что **автофикшн** — это «вымысел

абсолютно достоверных событий и фактов», «терпеливый онанизм, который надеется заставить теперь других разделить его удовольствие» [5].

В русской литературе автофикшн долгое время был андеграундом. Работы в этом жанре издавались в некоторых независимых журналах, например, «Незнание» или «Autovirus». Предполагается, что эти проекты создали энтузиасты современной литературы, чьей миссией в некотором смысле являлось освобождение от строгих канонов.

Так как жанр изучен мало, черты могут варьироваться, но общее всё же есть.

Как справедливо утверждает Е.А. Ермолин, **автофикшн** – это «новая повествовательная стратегия», «тексты формата автофикшн нередко предназначаются для публикации в блогах, в соцсетях» [1, с. 73], что сейчас весьма актуально. Сегодня автофикшн постепенно становится самостоятельным жанром, однако его часто путают с письмами и дневниками, поскольку такие тексты отличаются настоящей чувственностью и искренностью. На самом деле это и является главной особенностью жанра. Искренность здесь нужно рассматривать как приём. Тем не менее особенность этого приёма заключается в том, что читатель никогда не узнает, правда ли автор испытывал эти чувства.

К тому же, отметим, что письма всегда адресованы конкретному человеку, дневники чаще всего создаются для самого себя, тогда как автофикшн — литературный текст, который всегда пишется для читателей.

Диана Никифорова — молодая поэтесса, артистка поэтического лейбла «Made Inside». В 2022 году выпустила дебютный **сборник стихов «Это то»**. Она

публикует свои стихотворения на писательской платформе и вместе с этим ведёт странички в социальных сетях, что характерно для современных писателей в жанре автофикшн. Важно то, что «СНОБ» номинировал альбом Дианы Никифоровой «Помнить Забывать» на премию «Сделано в России – 2023».

В одном из интервью Диана Никифорова на вопрос корреспондента: «Про что обычно пишете и какие темы затрагиваете?» — Ответила: «Я люблю автофикшн. Автофикшн – прозаический жанр, но я думаю, что то, что я делаю в стихах – это тоже автофикшн» [2].

В произведениях Дианы Никифоровой есть следующие черты жанра автофикшн.

Первое. Автор даёт лирическому герою своё имя, как, например, в стихотворении «Киргизская или казахская женщина»: «— Девушка, вам помочь? у вас кто-то умер? — Нет, во мне родилась эмпатичная русская (или польская) девочка по имени Дианка». [3, с. 78] Здесь мы видим прямую речь и комментарии либо автора, либо лирического героя. В стихотворном тексте также упоминается имя Дианы. Автор наделяет лирического героя некоторыми деталями из собственной биографии, однако приведённые факты у неё сочетаются с вымыслом. В стихотворении «Главное событие в жизни» Д.Никифорова пишет о наркоманском посёлке и отличной учёбе. Правдивость этих строк подтверждает в интервью сама поэтесса: «Я родилась в достаточно закрытом подмосковном наркоманском посёлке... В школе училась на отлично... Пошла на филфак в педагогический...» [4]. А вот занималась она не балетом, как написано в стихотворении, а художественной гимнастикой. Любопытно, что поэт акцентирует внимание на строке: «Мама любит и бьёт». Казалось, это сделано не

случайно, в ёмкой фразе отражается тяжёлое детство Д. Никифоровой, и выражено оно троекратным повтором. Но это ловушка жанра, мы не можем подтвердить реальность описываемого, ведь фактов, подтверждающих достоверность, нет.

Второе. **Автофикшн не требует от автора сюжета или линейного повествования**, здесь акцент делается на искренности переживаемых эмоций, как это отчётливо выражено в стихотворении «Магазин». В четырёх строфах показываются метания лирической героини. Заметно, что она чем-то взволнована, подавлена. Она словно потеряла смысл жизни – ищет себя, проверяет окружающий мир на его жизненность, истинность. Она трогает апельсин и понимает, что он настоящий. Она обнимает человека и делает такой же вывод. А вот из трёх лиц (своего отражения в витрине), которым она улыбнулась, только одно оказалось передающим свою суть. В своих переживаниях героиня доходит до того, что готова рассмотреть возможность спрыгнуть с крыши. Но тонкое чувство иронии («Меня изучают мышцы / Думают: «Упадёт, мы её сожрём!» [3, с. 71]) и любовь к жизни не позволяют ей это совершить. Даже занятия йогой не помогли ей вернуть, как выясняется далее в стихотворении, внимание друга. Все окружающие лирическую героиню предметы, вещи, продукты не отрывают её от мыслей о любимом человеке. «Парень ушёл от меня» [3, с. 71] – признаётся она и далее во всём видит только его, даже на уровне тактильных ощущений: «...Я подхожу к паштетам, трогаю эти паштеты и чувствую — это ты. Мясо ты без души! Я подхожу к багетам, трогаю эти багеты и чувствую — это ты. Тесто ты без души!» [3, с. 71]. Но всякий раз она напоминает себе о безответных с

его стороны чувствах: будь это мясо, тесто или ещё что-нибудь – всё равно «без души» [3, с. 71], значит, без ответа на её любовь. А она не готова существовать без определённости. «Ничего – не моё» – таковы заключительные слова в стихотворении, подчёркивающие его квинтэссенцию.

Третье. Немаловажное значение в поэзии Дианы Никифоровой отводится деталям окружающего её мира. При этом автор не преувеличивает значение собственной жизни и не наделяет свою биографию значимыми событиями. В своём творчестве она часто обращается к обыденным темам и ситуациям – от симпатии к соседу-гитаристу и похода на шашлыки до игры в Sims и школьного урока. «Я простая, обычная» – подытоживает поэт в стихотворении «Не смотри на меня так чисто» [3, с. 39].

Четвёртое. **Автофикшн допускает переплетение жанров, форм и форматов**. В стихотворении «Обрезание» строки слабо рифмуются или не рифмуются вовсе: «... Я пошла в парикмахерскую. Обрезала волосы – репетиция безногости». [3, с. 62] Стихотворение больше похоже на прозу: предложения непоэтические, нет даже инверсии. Однако есть ритм – характерная особенность белого стиха. Эта форма выбрана очень удачно – помогает наилучшим образом выразить состояние безысходности, плач, внутреннюю истерику. Уже в названии отражается вся описываемая картина – «борьба за жизнь». Удачно подобран образ волос. Закончилась любовь – ушёл возлюбленный, и волосы выпадают («они уходят целыми коллективами» [3, с. 35]). Надеждой может стать одна единственная волосинка, которую лирическая героиня готова обмотать «вокруг тонкой талии» [3, с. 35], чтобы хоть как-то держаться за жизнь.

А вот стихотворение «Мальчики» заканчивается четырьмя строками в виде письма. Эпистолярный жанр выбран удачно, когда нет сил удерживать эмоции от страшных мыслей, вызванных жуткими ассоциациями: горы – напоминание о Чеченских и других войнах, боязнь повторения трагических событий, страх за ближних. Это «письмо» одновременно к воображаемому мужу героини и её будущему сыну: «Привет. Мне страшно, что они заберут нашего несуществующего мальчика. / Привет. Пишу тебе с вершины кавказской горы. / Привет. Горы — не горы, а декорации военных фильмов. / Привет. Мне жаль, что твой папа не вернулся с войны» [3, с. 36].

Одной из важных особенностей поэтического автофикшна Дианы Никифоровой являются **образы известных людей**, правда поэт нередко наделяет их вымышленными чертами и деталями из собственной биографии. Например, в стихотворении «Одеяло» упоминается британская писательница В. Вулф: «Запомнить цифры, как выучить абзац Вирджинии Вулф» [3, с. 49]. В «Автобазе» –музыкальная группа, исполняющая блатные песни и шансон: «Мы будем слушать Бутырку, дышать углекислым газом» [3, с. 13]. В этом же стихотворении о Кабо-Верде говорится, что она «споёт про тоску по Африке» [3, с. 13]. В «Мальчиках» встречается имя кинорежиссёра, известного по фильмам «Груз 200» или «Война»: «Я скажу ему, что кино Балабанова Леша — ложь» [3, с. 36].

Диана Никифорова использует множество слов низкого стиля. В её стихотворениях встречается и цензурная брань, и разговорные слова, и молодёжный сленг. Об этой черте автофикшена в её стихотворениях высказался Борис Кутенков. В рецензии на сборник «Это то», опубликованной в

журнале «Формаслов», он назвал её стиль «молодёжным сленгом» [4], которому характерно многократное использование подобной лексики, что «не очень укладывается в ритмические границы» [4]. Он считает Д. Никифорову, скорее, ребёнком и ни разу не называет её поэтом [6], отмечая, что в её текстах много «автобиографических маркеров трудного детства и юности, вбирающей „взрослый“ опыт» [4], что опять же отсылает нас к жанру автофикшна. Тем не менее, продолжая поиск её идентичности, Б. Кутенков отмечает, что её стихи – не фем-письмо, не документалистика, не метареализм; и это не постапмеизм» [6]. Это уже говорит об оригинальности современного поэта.

Пятое. У Дианы Никифоровой, на наш взгляд, есть самое главное – **харизма**, что отличает её от других молодых поэтов.

Шестое. Как Диана подчёркивает, правильный эффект от её стихотворений будет достигнут только в том случае, если она сама будет представлять их публике, то есть **её поэзия создаётся, в первую очередь, для сцены**, а потом уже для книги, для самостоятельного прочтения.

Таким образом, как мы видим на примере стихотворений Дианы Никифоровой, автофикшна неоднозначно принят российскими критиками. Примерно с одинаковой частотой встречаются и восторги, и критические замечания. По нашему мнению, творчество Дианы Никифоровой как раз отвечает тем особенностям автофикшна, которые продолжают закрепляться в мире современной поэзии. Это и *автобиографизм*, граничащий с авторской фантазией, и *разноформатность*, свойственная киберпространству, и *разноплановый язык*, сформированный на стыке литературности и сниженного стиля. Всё

это помогает поэту наиболее точно и правдиво отражать молодёжную реальность нашего времени.

Литература:

1. Ермолин Е.А. «Автофикшн как медийная стратагема» // Верхневолжский филологический вестник. – 2022. – № 2(29). – С. 71–79.
2. Лобанова Т. Поэт сегодняшнего дня: интервью с поэтессой Дианой Никифоровой – Медиалпортал OSTROV.PRESS [Электронный ресурс] – URL: <https://ostrov.press/2022/11/18/poet-segodnyashnego-dnya-intervyu-s-poetessoj-dianoy-nikiforovoy/> (дата обращения: 02.02.2024).
3. Никифорова Д. «Это то» // У Никитских ворот, 2022. – 104 с.
4. «Полет разборов», серия 69. Часть 1 // Диана Никифорова – Формаслов [Электронный ресурс] – URL: <https://formasloff.ru/2022/02/15/polet-razborov-serija-69-chast-1-diana-nikiforova/> (дата обращения: 02.02.2024).
5. Doubrovsky Serge. Fils. Paris: Galilée, 1977. 478 с.

Ефремова Екатерина Денисовна,
Студент АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: EfremovaED@stud.rosnou.ru

Научный руководитель:
Таирова Ирина Александровна,
кандидат филологических наук, доцент АНО ВО «Российский новый университет»
(РосНОУ)
SPIN 8333-2079
ORCID 0000-0002-1738-6814

Речевой портрет политического деятеля (на примере речи С.В. Лаврова)

***Аннотация:** Научная статья рассматривает анализ речевого портрета выдающегося политического деятеля С.В. Лаврова, рассматривая его ораторскую технику, коммуникативную структуру высказываний, лексический выбор и стиль коммуникации. Методология работы базируется на применении инструментов лингвистического анализа. Результаты исследования позволяют лучше понять коммуникативные стратегии и тактики, используемые С.В. Лавровым в процессе публичных выступлений, а также выявить особенности лингвистического стиля, способствующие формированию личностного образа и воздействию на аудиторию.*

***Ключевые слова:** речевой портрет; политика; политический деятель; ораторская техника; лингвистический анализ; публичные выступления*

Максимова В.К.

The speech portrait of the politician

***Annotation:** The scientific article examines the analysis of the speech portrait of the prominent politician S.V. Lavrov, considering his oratorical technique, speech communicative structure, lexical choices, and communication style. The methodology of the study is based on the application of linguistic analysis tools. The research results contribute to a better understanding of the communicative strategies and tactics employed by S.V. Lavrov during public speeches, as well as identifying the characteristics of his linguistic style that contribute to the formation of a personal image and influence on the audience.*

***Keywords:** speech portrait; politics; political figure; oratorical technique; linguistics analysis; public speeches*

Исследование модели речевого портретирования политического деятеля представляет собой актуальное направление анализа в сфере политической науки и коммуникации. Эта область исследований стремится выявить особенности, характерные для речи и высказываний политиков, а также разработать эффективные методы анализа и предсказания их действий на основе устного выражения.

Отмечая слова О. А. Погорецкой о том, что успешный политик обладает уникальным стилем и речевым поведением, становится очевидной необходимость в тщательном анализе его речевого портрета. Этот портрет является отражением индивидуальности политика и ключевых аспектов его психологической структуры. Мельчайшие детали и специальные приемы воздействия на аудиторию имеют

решающее значение для достижения успеха в политике [4; с. 106].

Согласно исследованиям А. К. Михальской, речевой имидж политика формирует смысловую модель его поведения, определяя характер возможных выборов средств в речевой деятельности. Модель речевого портрета политика включает в себя как речевые, так и содержательные аспекты [3; с. 32]. Таким образом, речевой портрет выступает важным инструментом в анализе и понимании коммуникативных стратегий политических лидеров.

Основная цель речевого портретирования заключается в выявлении и анализе ключевых элементов, особенностей речи и коммуникации политических деятелей. Это включает в себя анализ языковых особенностей, идентификацию ключевых тем и сообщений, исследование структуры речи, а также анализ контекста высказываний политиков.

Первым важным аспектом анализа является изучение языковых особенностей. Лексика, синтаксис, структура речи и стилистические особенности составляют важные компоненты речевого портрета. Эти элементы помогают понять, как политики формируют свои мысли и какие языковые средства используются для воздействия на аудиторию.

Вторым ключевым моментом является выделение ключевых тем и сообщений. Речевой портрет позволяет определить приоритеты политиков, их ценности, принципы и политические амбиции. Анализ структуры речи включает в себя выявление риторических приемов, таких как метафор, аллегорий, повторов, ритма, которые создают эмоциональное воздействие на аудиторию [2; с. 60].

Третьим моментом является анализ

контекста высказываний политиков. Контекст, в котором происходит речь, влияет на восприятие слушателя и понимание информации. Этот аспект включает в себя оценку времени, места и обстоятельств, в которых происходит коммуникация.

Изучение речевого портрета политического деятеля не только раскрывает особенности его образа мышления, ценностей и целей, но также может служить полезным инструментом для прогноза его действий и понимания тенденций в политическом продвижении. Важно отметить, что на ранних этапах карьеры политики могут проявлять особенности в своей речи, связанные с энтузиазмом и стремлением к изменениям, что может проявляться в использовании эмоциональных и обещающих высказываний, а также ярких и идеологических утверждений для привлечения поддержки избирателей [1; с. 230].

Проведем анализ речевого портрета Сергея Викторовича Лаврова, Министра иностранных дел Российской Федерации, который предстает перед общественностью в свете последних событий. С 2022 года Лавров оказался под санкциями США, стран Евросоюза, Канады, Австралии и других стран из-за специальной военной операции. Эти санкции ставят его в условия ограниченной дипломатической активности и создают дополнительный контекст для его выступлений в публичном пространстве.

Рассмотрим выступление дипломата на 30-м заседании СМВД ОБСЕ, прошедшего в Скопье 30 ноября 2023 года, а также пресс-конференцию после.

В целом выступление С. В. Лаврова характеризуется **стилистической разнообразностью**, где

политический жанр сочетается с информационным воздействием. Политический дискурс высокого уровня предполагает точность, логичность, официальность и стандартизованность его высказываний, в то время как монологическая форма речи, присущая данному случаю, предполагает длительное, связанное изложение мыслей с учетом требований последовательности и доказательности.

В своих выступлениях Сергей Викторович проявляет особую **лингвистическую выразительность**. Его речь можно назвать сочетанием научной и официально-политической лексики, при этом политик прибегает к использованию поэтических и разговорных выражений. Например, во время данного заседания он **умело** использует разговорный стиль речи наряду с лексикой высокой семантики в одном предложении: "...присвоившие себе право *вершителя* судеб человечества <...> *близорукий* выбор..". Слова "*вершитель*" и "*человечество*" употреблены в прямом значении (*вершитель* – *высок. Тот, кто вершит, распоряжается, решает дела [МАС]; человечество* – *люди, человеческий род; человеческое общество [МАС]*), в то время как "*близорукий*" в данном контексте имеет переносное значение: не способный предвидеть последствия чего-либо [МАС].

Помимо проявления эмоционального оттенка в своих речах, Лавров также делает акцентирование, чтобы подчеркнуть их важность и придать дополнительный смысл. Это в целом является одним из основных стилиобразующих элементов его выступлений. Например, во фразах "...своими действиями американцы *похоронили* и договор по открытому небу..." (*похоронить* – *перен. Предать*

забвению [МАС]), "...суть позиции Запада: *наплевать*, что там подписали их президенты..." (*наплевать* – *прост. Употребляется для выражения полного равнодушия, безразличия к кому-, чему-л. [МАС]*), "...прислали *пустые* бумажки..." (*Пустые* – *перен. Бессодержательные [МАС]*) и "...неонацистский режим *перещеголял*..." (*Перещеголять* – *разг. Превзойти кого-л. в чем-л. [МАС]*) проявляется не только богатство лексики, но и стремление подчеркнуть **ключевые аспекты** своего высказывания.

В выступлениях Лаврова мы можем обнаружить применение терминов "*ангажирование*" и "*солировать*". Ангажирование – это термин, обозначающий вовлечение в различные обстоятельства, в том числе в политических и дипломатических контекстах [МАС]. Солировать – это музыкальный термин, который означает исполнение сольного музыкального фрагмента или импровизацию внутри музыкальной композиции [МАС], но в данном случае это слово использовалось в значении одиночного использования. Лавров использует такие выразительные лексические единицы для точного и четкого формулирования своих мыслей и идей в рамках политических дебатов и международных переговоров.

Богатство лексики С. В. Лаврова подчеркивает его высокий уровень образования и культуры речи. В его речевом арсенале присутствуют термины, которые точно отражают суть проблемы и событий. Это свидетельствует не только о глубоком знании предметной области, но и о стремлении использовать точные и адекватные термины для передачи своих взглядов и позиций.

В ходе публичных выступлений Сергей Викторович Лавров проявляет не только мастерство в использовании сложной официальной лексики, но и

совершенство в использовании голосовых интонаций, пауз и динамики, чтобы придать яркость и эмоциональную насыщенность своей речи. Так, в одном из случаев, когда он произносит фразу "...как говорится, нацистов принимаем вне очереди. *Стыдно!...*", заметно использование четкого, громкого и ясного тона с некоторым пренебрежением. Этот прием позволяет Лаврову подчеркнуть свою позицию и эмоциональное отношение к обсуждаемому вопросу.

Важным элементом в выступлении Лаврова являются невербальные средства общения. На протяжении заседания видно, что он поддерживает контакт с "коллегами" за столом, используя жесты рук и мимику. Его невербальная позиция выражает уверенность и стремление подчеркнуть правильность своих слов.

После выступления, на пресс-конференция, С. В. Лавров

взаимодействует с журналистами, подчеркивая свою спокойную невербальную позицию. Руки, замкнутые на протяжении конференции, и акцентированные слова, такие как "*междусобойчик*" (*разгульная, шутливая встреча друзей [МАС]*) и "*зигзаги*" (*вероятнее всего Лавров использовал данный термин в значении "зигзаги судьбы"*). Это метафора означает необычный ход событий в жизни человека) продолжают подчеркивать закрытость и спокойствие его коммуникации.

Следует отметить, что Сергей Викторович Лавров проявляет мастерство использования речевых средств и невербальной коммуникации, что делает его выступления **информативными** и **эффективными** в контексте дипломатических отношений и международных обсуждений.

Литература:

1. Керимова К. Р. Жанровые модификации политического портрета в дискурсе современных СМИ / К. Р. Керимова // Современное педагогическое образование. – 2022. – № 6. – С. 232–234.
2. Маслова В. А., Гурина Т. С. Речевой портрет политика на материале твитов Д. Трампа / В. А. Маслова, Т.С. Гурина // Гуманитарный вектор. – 2019. – Т. 14. – № 1. – С. 58–63.
3. Михальская А. К. Речевой имидж в системе речевого дизайна: методология и технологии / А. К. Михальская // Экология языка и коммуникативная практика. – 2019. – № 1. С. 28–38.
4. Погорецкая О. А. Способы реализации манипулятивных техник как основа для составления речевого портрета политика на примере выступления Дж. Мелони во время протестных демонстраций сторонников правоцентристских партий в Италии / О. А. Погорецкая // Политическая лингвистика. – 2021. – № 2 (86). С. 106–115.
5. Выступление С.В. Лаврова в ходе заседания СМВД ОБСЕ, Скопье, 30 ноября 2023 года [электронный ресурс] // Официальный канал «МИД России» на российском видеохостинге «RUTUBE». URL: Выступление С | Лаврова в ходе заседания СМВД ОБСЕ Скопье 30 ноября 2023 года – смотреть онлайн видео от МИД России в хорошем качестве и бесплатно длительность RT14M47S (rutube.ru) (Дата обращения: 05.12.2023).
6. ПрямойЭфир: Выступление и ответы на вопросы СМИ С.В.Лаврова по итогам СМВД ОБСЕ в Скопье [электронный ресурс] // Официальный канал «МИД России» на российском видеохостинге «RUTUBE». URL: □ ПрямойЭфир: Выступление и ответы на вопросы СМИ С | В | Лаврова по итогам СМВД ОБСЕ в Скопье – смотреть онлайн видео от МИД России в хорошем качестве и бесплатно длительность RT1N14M52S (rutube.ru) (Дата обращения: 05.12.2023).

7. МАС – Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А. П. Евгеньевой. — 4-е изд., стер. — М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999. — Режим доступа: <https://lexicography.online/explanatory/mas/> (Дата обращения: 12.12.2023).

Максимова Виктория Константиновна,
Студентка АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: victoriaхmaksimova@gmail.com

Научный руководитель:

Голикова Татьяна Александровна,
д.фбк.н., профессор кафедры Русского языка и издательского дела АНО ВО «Российский
новый университет»

SRIN 7185-5066

ORCID 0000-0002-5714-5855

**Автоанализ эмотивных смыслов (на примере стихотворения Ю.
Мельниковой «Декабрь»)**

***Аннотация:** Научная статья рассматривает многообразие языковых средств выражения эмоций в поэтических текстах. В качестве примера и материала для анализа был использован авторский текст и рассмотрен как с точки зрения автора, так и интерпретатора. Для написания статьи была использована классификация способов репрезентации эмоций В. И. Шаховского. Также для достоверной оценки эмотиогенности представленного текста со стороны читателя были опрошены студенты и преподаватели Литературного института им. А. М. Горького.*

***Ключевые слова:** эмотив; эмотиогенность; русский язык; поэтический текст; интерпретация*

Melnikova Yu.Yu.

**Automatische Analyse von emotiven Bedeutungen (am Beispiel von Yu.
Melnikovs Gedicht "Dezember")**

***Annotation:** The scientific article examines the variety of linguistic means of expressing emotions in poetic texts. The author's text was used as an example and material for analysis and examined from both the point of view of the author and the interpreter. To write the article, V. I. Shakhovskiy's classification of methods for representing emotions was used. Also, to reliably assess the emotionality of the presented text on the part of the reader, students and teachers of the Literary Institute named after A. M. Gorky.*

***Keywords:** emotive; emotionality; Russian language; poetic text; interpretation*

Лингвистическая эмотиология – это область психолингвистики, которая изучает способы выражения эмоций в языке и речи, как устной, так и письменной, а также их влияние на рецепцию принимающей стороны. Существует множество индивидуальных психологических факторов, которые необходимо учитывать, чтобы восприятие информации и дальнейшая её интерпретация совпадали с изначальным посылом – информативным и

эмоциональным – автора речи. Б. И. Додонов сформулировал сущность эмоции как процесса, а также подчеркнул её связь с мышлением: «Эмоции в качестве процесса есть не что иное, как деятельность оценивания поступающей в мозг информации о внешнем и внутреннем мире, которую ощущения и восприятия кодируют в форме его субъективных образов» [1; с. 14].

Существует несколько способов репрезентации эмоций в письменной

речи, однако в прозе и в поэзии эмоции будут выражаться по-разному. Основные языковые элементы, главной функцией которых является эмоциональная нагрузка, мы будем называть эмотивами. Определение эмотива сформулировала С. В. Коростова: так: эмотивы – это «лексические единицы, фразеологические сочетания, отдельные части речи, синтаксические конструкции, основной функцией которых является выражение эмоций, но которые также могут служить маркерами эмотивности текста» [2; с. 75]. В лирике можно выделить три основные группы средств изображения эмоций и чувств (по В. И. Шаховскому):

1). Лексика прямой номинации эмоций («удивление», «испуг»);

2). Эмотивная лексика: непосредственное выражение эмоций (междометия, инвективная и обценная лексика);

3). Неэмотивная описательная лексика. Описание действий, жеста, позы и др. [3].

В лирическом тексте эмотивность может выполнять разные функции: описывать эмоциональное состояние автора или авторских героев, выражать эмоциональную оценку автора или эмоционально воздействовать на читателя.

В качестве иллюстраций к вышеизложенным тезисам используем собственный лирический текст. Для изучения восприятия текста читателями, будут использованы варианты интерпретаций и оценки его коллегами-студентами и преподавателями Литературного института им. А. М. Горького, которые были опрошены специально для составления общего представления о возможных прочтениях произведений.

Декабрь

Как в кошмаре незнакомом,
Хмарь мне окна сторожит.
Значит, фавн в лесу за домом
Вновь от холода визжит.

Значит, туча с толстой грудью
Млекою землю занесла.
Значит, рана чернопрудья
Тонкой кожей заросла.

Долбит злобно дворник гордый
Ледяную колею,
Темень вытянутой мордой
Дышит в форточку мою

И скулит. Но всё в утеху
Ей, лукавой. Прибежит –
И лишь фавну не до смеха:
Он от холода визжит.

Данный текст имеет относительно единую эмоциональную окраску: можно сказать, что сквозь всё стихотворение проходит общее настроение тоски, страха и безысходности. Руководствуясь классификацией Шаховского, в тексте произведения можно выделить лексику прямой номинации эмоций, эмотивную и неэмотивную лексику.

Напрямую эмоции в этом тексте практически не называются, разве что слово «*злобно*» и выражение «*не до смеха*», которое неизбежно отсылает к «невесёлым» эмоциям – можно предположить, что это гнев, страх, грусть или изумление. Однако среди лексических средств в этом тексте множество таких эмотивов, которые не называют эмоции напрямую, но имеют свою постоянную коннотативную привязку. Например, слово «*кошмар*», которое, помимо тяжёлого сна, описывает любую ситуацию, вызывающую страх или – его более высокую степень – ужас. Сравнение происходящего с кошмаром, поставленное в первый стих первой

строфы, задаёт настроение всему стихотворению. К словам, имеющим постоянную коннотацию, можно также отнести определение «чёрный», входящее в составной окказионализм «чернопрудье». Чёрный цвет в своём метафорическом понимании неразрывно связан с широким спектром тяжёлых, «мрачных» эмоций. Упомянутый и подразумеваемый холод также связан с чувствами, негативно окрашенными – ледящими душу. Холод, кроме того, почти самостоятельный образ в стихотворении, носящем название зимнего месяца в заглавии, а также он – своеобразная мотивация для действий и поведения всех дальнейших появляющихся в стихотворении героев (*фавн, дворник, темень*). Поэтому на читателя в той или иной степени будут воздействовать те эмоции, которые связаны в его сознании с ощущением холода, преимущественно, конечно, отрицательные (поскольку на физиологическом уровне холод для человека неприятен).

Неэмотивная лексика, то есть описывающая сами эмоции или их выражение, встречается в тексте в качестве описания действий, производимых персонажами-образами. Например, *фавн* в стихотворении «*визжит от холода*»: кроме того, что визг сам по себе является способом выразить сильные эмоции, он при этом резко неприятен на слух для воспринимающего. Иными словами, получается цепочка двойного эмоционального воздействия на читателя – с одной стороны, «*визжание*» выступает способом репрезентации негативной эмоции *фавна*, с другой стороны, оно, сверх того, может вызвать неприятные эмоции, связанные с представлением звука, которое характеризуется словом «*визг*», или воспоминанием о нём.

Схожая коннотативная окраска присутствует у слов «*долбит*» и «*скулит*». Первое является стилистически окрашенным синонимом более нейтральных глаголов «*бить*», «*стучать*». Далее следующее наречие «*злобно*» усиливает эмоциональное воздействие этого глагола. Кроме того, в этом стихе присутствует аллитерация – повторяющийся ударный гласный «о», который как бы вторит стуку инструмента дворника по льду («*Долбит злобно дворник гордый...*»). Повторение «о» создаёт эффект эха, которое в свою очередь ассоциируется с пустотой и, в контексте зимы, окружающим всех героев льдом.

Глагол «*скулить*», помимо звука, издаваемого животными, означает высокий жалобный вой, выражающий боль, грусть, тоску, скорбь и подобные тяжёлые эмоции. В стихотворении скуление издаёт одушевлённая *темень*, которая так же, как чёрный цвет, ассоциативно связывается со всевозможными мрачными настроениями. Относительно её же используется ещё один эмотив – существительное «*утеха*», которое изначально означает то же, что забава, то есть то, что приносит удовольствие или веселье. Однако в стихотворении *темень* – образ антагонистического характера относительно лирического героя и остальных персонажей, поэтому её веселье воспринимается как насмешка или же злорадство.

Помимо лексических средств репрезентации эмоций, в данном тексте эмоциональной нагрузкой обладают образы. Из них – *фавн* и *дворник* – испытывают воздействие тьмы (*темени*) и холода, и их эмоции разделяются лирическим героем, который описывает происходящее. Эти образы тем самым становятся резонёрами, и читатель,

вольно или невольно ставящий себя на место лирического героя, также перенимает их ощущения и чувства.

Кроме одушевлённых персонажей, в данном тексте присутствуют второстепенные, так сказать, малые образы, не имеющие собственной реакции и воли, но влияющие на эмоциогенность текста: это *кошмар, лес, туча, пруд*. Если представлять географию описываемого пространства, то лирический герой находится в доме возле леса, недалеко от которого пруд, покрывшийся льдом, а на дворе зима и тёмное время суток. Подобная обстановка вызывает чувство одиночества, отчуждения. Кроме того, к кошмару относится эпитет «незнакомый», что тоже добавляет ощущение чего-то неуютного, жуткого, чужого. В описании пруда присутствует метафора, содержащая в себе окказионализм: «*Рана чернопрудья тонкой кожей заросла*». Это сравнение с раной и процессами регенерации ассоциируется с чем-то физиологическим, болезненным или даже омерзительным. Таким образом, в данном стихотворении множество лексических и символично-образных средств репрезентации эмоций, которые чередуются между собой и создают целостное, но разнообразное настроение всего произведения.

Если обратиться к отзывам, можно сказать, что общее эмоциональное восприятие у читателей было схожим и при этом близким к авторскому намерению вызвать определённые чувства. Упомянулось, что стихотворение при прочтении напоминает состояние сна: «...*что-то фантасмагоричное, которое впоследствии становится уже всё более реальным. В третьей строфе приходит*

осознание, что это либо сон, либо пробуждение от него». Скорее всего, такое прочтение обусловлено образом кошмара, который упоминается в первой строфе, а также описываемым тёмным временем суток, а может, даже полярной ночью. Кроме того, появляющийся фавн – фантастический образ, что также усиливает впечатление мрачной сказки, мифологичности. Интересно, что большинство рецензентов вспоминали первую книгу «Хроник Нарнии», полагая, что образ фавна отсылает к миру К. С. Льюиса (что тоже несло эмоциональную нагрузку), однако у автора при создании данного образа не было намерения связать его с героем «Хроник». Это подтверждает, что часто всевозможные прочтения, в том числе в контексте эмоционального содержания текста, появляются уже после его создания и вне зависимости от желания автора вложить тот или иной смысл в произведение. Это происходит в связи с культурным фоном в той языковой среде, в которой этот текст существует, или же вследствие личных представлений читателя. Помимо ассоциаций со сном, это стихотворение характеризовали как «*грустное*», «*тоскливое*», объясняя это сочувствием к замерзающему фавну и личными представлениями о кошмарном сне.

Итак, можно утверждать, что в целом «закодированные» различными лексическими и изобразительными средствами эмоции в тексте были верно считаны и трактованы реципиентами. Кроме того, в некоторых случаях возникали дополнительные прочтения, не противоречащие вложенным автором смыслам, а напротив, расширяющие их.

Литература:

1. Додонов Б. И. Эмоции как ценность. – М.: Политиздат. – 1978. – 272 с.

2. Коростова С. В. Категория эмотивности в современной литературе: к проблеме экологии языка // Экология языка и коммуникативная практика. – 2017. – № 3. – С. 70–78.
3. Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Изд. ЛКИ. – 2008. – 208 с.

Мельникова Юлия Юрьевна,
Студентка АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: melnikova.yul44@gmail.com

Научный руководитель:
Голикова Татьяна Александровна,
д.фил.н., профессор кафедры Русского языка и издательского дела АНО ВО «Российский
новый университет»
SRIN 7185-5066
ORCID 0000-0002-5714-5855

Лексико-грамматическая репрезентация слова «документ» в Национальном корпусе русского языка

***Аннотация:** Научная статья рассматривает возможности использования Национального корпуса русского языка с помощью слова «документ». Особое внимание уделяется динамике использования слова по годам, особенностям разметок использованных корпусов. Выделяются лексико-грамматические особенности слова «документ» по материалам основного, синтаксического, поэтического и диалектного корпусов.*

Статья подчеркивает не только историческую динамику словоупотребления слова, но и иллюстрируют современные возможности российский корпусной лингвистики.

***Ключевые слова:** национальный корпус русского языка; корпусная лингвистика, лексико-грамматические исследования*

Ovchinnikov A.P.

Lexico-grammatical representation of the word "document" in the national corpus of the Russian language

***Annotation:** The article explores the potential use of the National Corpus of the Russian Language in relation to the term 'document'. It focuses on the word's usage over time and the specific markings used in the corpora. The article highlights the lexico-grammatical features of 'document' based on analysis of the main, syntactic, poetic and dialectal corpora.*

The article highlights both the historical evolution of word usage and the modern potential of Russian corpus linguistics.

***Keywords:** national corpus of the Russian language; corpus linguistics, lexico-grammatical studies*

Под «корпусом» текстов традиционно понимают «унифицированный, структурированный и размеченный массив языковых (речевых) данных в электронном виде» [Райскина, с. 146]. Данные корпуса снабжены научным аппаратом, включающим поиск и разметку (аннотацию) текстов.

Одна из наиболее интересных

задач, которую можно решать именно с помощью Корпуса, — это наблюдения за динамикой развития языка. Поскольку тексты, входящие в корпус, датированы, то нетрудно проследить за хронологией постепенных языковых изменений — за появлением или постепенным угасанием определенных слов, конструкций или грамматических форм [Плунгян, с. 299].

Средствами корпуса осуществлен

поиск точных форм слова «документ». По данному запросу было найдено 3972 текста с 7604 примерами. Лексико-грамматический поиск, содержащий различные формы слова по запросу, содержал 13 354 текста с 45 681 примерами в них.

Согласно графику распределения по годам (частота на миллион словоформ) в основном корпусе с 1682 по 2022 употребление слова «документ» берет свое начало с 1720 года и достигает своего пика словоупотребления в 2021 году с 568 (ipm), что отображено на рисунке 1. Стоит отметить, что частота ipm определяется как количество употреблений слова за год, поделенное на объем корпуса за этот год и умноженное на 1 миллион.

Наибольшее количество употреблений слова приходится на документы, созданные в 2003 году с 15 755 129 употреблений. Полученная статистическая информация позволяет сделать вывод, что с развитием делопроизводства в России растет и частота употребления слова «документ».

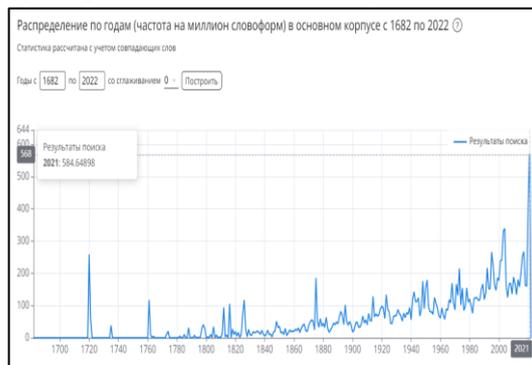


Рисунок 1.

Графически представленная информация позволяет наглядно увидеть динамику развития словоупотребления лексемы.

Около 47% текстов, содержащих различные формы слова «документ», относятся к сфере публицистики, представленной такими типами текстов как: статья, заметка, интервью, рассказ и т.д., и около 25% текстов принадлежат к

художественной сфере, выраженной такими типами текстов как роман, рассказ повесть и т.п. Почти 64% текстов созданы авторами мужского пола и около 16% женского. Остальные 20% текстов не имеют установленного автора, либо имеют коллективное авторство.

В качестве примера представим фрагмент самого раннего текста с упоминанием выбранного слова, содержащегося в корпусе, и отрывок из художественного произведения:

«... после того вписывает он весь документ с числом и подписанием всех чинов, и потом из сей книги явно будет, какие отправления коллегіум во весь год имел; и ежели что во оном приискать и посмотреть нужно, то может оное чрез журнал (повседневные записки) легко учинить.» [Петр I. Генеральный регламент (1720); НКРЯ].

«— Вон они, документы: сидят на печке, — буркнул сторож и посветил фонарем на встревоженные лица Чука и Гека.» [А. П. Гайдар. Чук и Гек (1939); НКРЯ].

Помимо этого, был осуществлен поиск коллокаций к слову «документ». Под коллокациями понимают слова, которые встречаются вместе чаще, чем случайно. Возможность поиска по коллокациям является особенностью основного корпуса. 5 наиболее распространенных коллокаций по запросу «документ» — это слова: *подписать, удостоверить, подтвердить, предъявить и оправдательный*.

Лексико-грамматический поиск слова «документ» с помощью синтаксического корпуса имел результат 175 документов, 356 предложения и 362 вхождения.

Особенностью синтаксического корпуса является помимо морфологической информации наличие в нем синтаксической структуры

предложений. Используемая в корпусе синтаксическая структура, представлена в виде дерева зависимостей, узлы которого содержат слова предложения, а ее дуги помечены именами синтаксических отношений. Для наглядной иллюстрации структуры приведены примеры предложения и структуры к ним на рисунках 2 и 3.

«Один из 15-ти комплектов документов сохранился случайно» [Охотники на палачей. НКРЯ].

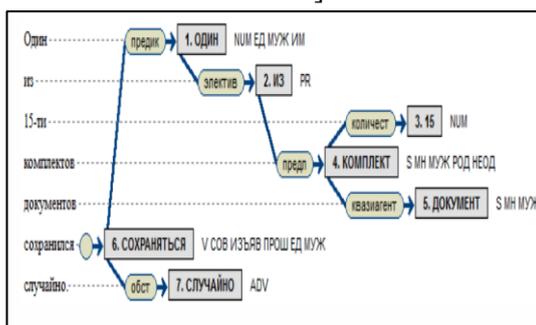


Рисунок 2.

«Документы процесса опубликованы Ватиканом не полностью, а то, что увидело свет, возможно, подверглось предварительному редактированию» [Галилео Галилей. НКРЯ].

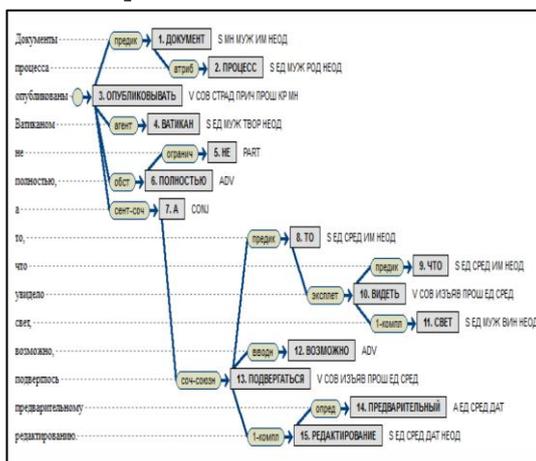


Рисунок 3.

Поиск слова «документ» по запросу с помощью поэтического корпуса включал в себя 61 текст и 67 примеров. Согласно графику распределения по годам в корпусе с 1729 по 2016 употребление слова «документ» зафиксировано с 1738 года и достигает своего пика словоупотребления в 2003

году с 344 (ipm), что отображено на рисунке 4.

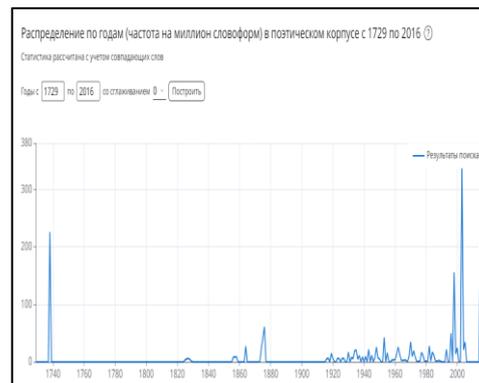


Рисунок 4.

Особенностью поэтического корпуса является содержание в нем различных стихотворных произведений. Специально для данного корпуса разработана стиховедческая разметка. Каждая строка получает информацию о метре, которым она написана. Возможно конструировать поисковый запрос среди строк, написанных определенным метром. В поэтическом корпусе расставлены сильные места в строках (икты), а в рифмованных текстах размечены слова, попадающие в зону рифмовки.

В качестве примеров приведены отрывки из 2 стихотворений со специальной стиховедческой разметкой:

Воскрёсший, блёдный,
 4д как видёние,
 Стоял он, шрамом
 4г изуродованный,
 Как *документ*
 4д Сопротівлєния,
 Вдруг в этом зале
 4г обнародованный.

[К. М. Симонов. Немец : «В Берлине, на холодной сцене...» (1948); НКРЯ].

X4ж Тысяч триста
 нахватаёшь,
 X3м Документы дашь,
 X4ж А потòм кому сам

	знаёшь	
X3м	Лавки пèредашь;	
X4ж	Прèд кредиторами	
	спину	
X3м	Выгнешь ты свою,	
X4ж	Йм за рубли отдашь	
	полтину,	
X3м	Баюшкй-баю!	
[И. 3. Суриков. Колыбельная песенка: «Спи, мальчишка бестолковый...» (1864); НКРЯ].		

С помощью корпуса диалектных слов был получен результат в 21 текст с 31 примером употребления слова «документ». Данный корпус позволяет увидеть особенности произношения слова у носителей традиционных русских диалектов по всей России, в фонетической записи и с сохранением всех особенностей лексики и грамматики.

В качестве примера представлены особенности произношения слова в малых населенных пунктах Оренбургской и Волгоградской областях.

«робóтъл ф колхóзи, докúминт йёсь/ йёвó топёръ вжб́иви нет, поѓип в

войнóу/ он т́ангу пьдорв́ал...» [Раньше жили как балбесы (Угольное, Соль-Илецкий район, Оренбургская область, 1959); НКРЯ].

«а па дакúминтам Тирéнтий Пятрóвич – д́южа у́рдилси д́омам.» [Семейное богатство (хутор Ларинский, Алексеевский район, Волгоградская область, 1994)); НКРЯ].

Таким образом, Национальный корпус русского языка предоставляет широкий спектр возможностей для проведения лексико-грамматических исследований с помощью разнообразных методов анализа слов, что позволяет использовать его в различных научных областях. Проведенное исследование слова «документ» продемонстрировало возможности Национального корпуса, который в зависимости от темы исследования может предложить широкий выбор тематических корпусов с особыми разметками, а функция создания собственного подкорпуса открывает огромные возможности для узкоспециализированных исследований

Литература:

1. НКРЯ – Национальный корпус русского языка. 2003–2023. – Режим доступа: URL: <https://ruscorpora.ru/> (Дата обращения: 03.12.2023).
2. Плунгян В. А. Зачем мы делаем Национальный корпус русского языка? // Отечественные записки. – 2005. – № 2. – С. 296–308.
3. Райскина В. А., Дубнякова О. А. Современные методы корпусной лингвистики при анализе текста (на примере корпуса BFM) // Актуальные вопросы современной науки. – 2015. – № 40. – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-metody-korpusnoy-lingvistiki-pri-analize-teksta-na-primere-korpusa-bfm> (Дата обращения: 03.12.2023).

Овчинников Александр Петрович,
Бакалавр АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: alexander9ovchinnikov@gmail.com

Научный руководитель:
Голикова Татьяна Александровна,
д.фил.н., профессор кафедры Русского языка и издательского дела АНО ВО «Российский

новый университет»
SRIN 7185-5066
ORCID 0000-0002-5714-5855

Образ Благодетеля и идеология «насильственного счастья» в романе Замятина «Мы»

***Аннотация:** В научной статье рассматривается идеология «насильственного счастья» в Едином Государстве во взаимосвязи с образом Благодетеля в романе Замятина «Мы». Уделяется особое внимание жанру произведения – антиутопии, происхождению термина. В исследовании проводится анализ приведённой в сюжете аллюзии Благодетеля на Бога. На примере антиутопического романа Е.И.Замятина рассматривается проблема манипулирования массовым сознанием, тотального контроля за жизнью человека, отсутствия у человека выбора и навязывания того, каким должно быть «настоящее» счастье. Придуманное писателем общество сравнивается с сектантскими организациями, что позволяет исследователю сделать вывод об истинной роли Благодетеля в реалиях, описанных в произведении русского писателя-фантаста.*

***Ключевые слова:** Замятин; Мы; антиутопия; утопия; свобода; счастье; Благодетель; общество; Единое Государство; личность*

Razumovskaya A.R.

Image of the Benefactor. Ideology of «forced happiness» in Zamyatin's novel «We»

***Annotation:** The article examines the ideology of «forced happiness» in the United State in relationship with the image of the Benefactor in Zamyatin's novel «We». Special attention is paid to the genre of the work - dystopia, and the origin of the term. The study analyzes the allusion of the Benefactor to God in the story. On the example of anti-utopian novel by Ye.I. Zamyatin the problem of manipulation of mass consciousness, total control over human life, lack of human choice and imposition of what "real" happiness should be is considered. The society invented by the writer is compared to sectarian organizations, which allows the researcher to make a conclusion about the true role of the Benefactor in the realities described in the work of the Russian fiction writer.*

***Keywords:** Zamyatin; We; dystopia; utopia; freedom; happiness; Benefactor; society; One State; personality*

Многие поколения людей задумывались над проблемой обретения человеком «абсолютного счастья». Ответ

на этот вопрос актуален и по сей день. Поэтому неудивительно, что писатели поднимают эту тему в своём

художественном творчестве.

Согласимся со словами Е.В.Бороды, что значимым «программным, доминантным» [1, с. 276]) произведением Е.И.Замятина стал роман «Мы». В нём отражены два типа отечественной антиутопии, в которых «общество будущего представляет собой либо диктатуру власти, либо мир всеобщего благоденствия» [1, с. 276].

Работа над текстом закончена писателем в 1920 году, но впервые роман был опубликован на английском языке в 1924 году. Это была первая в мире антиутопия, которая повлияла и на творчество Олдоса Хаксли (его роман «О дивный новый мир»), и на Владимира Набокова («Приглашение на казнь»), и на Джорджа Оруэлла («1984»).

Произведение вызвало большой интерес за рубежом и даже в СССР, где найти официально опубликованную копию было невозможно. На родине писателя произведение не печаталось вплоть до 1988 года и считалось «идеологически враждебным» и «клеветническим». Такое опоздание в публикации, по словам Е.Б.Скороспеловой, могло бы стать «роковым» для Евгения Замятина, но «универсальность поднятых им вопросов» и «смелость художественного эксперимента, опережавшего время» [7, с. 13] ставили его в выигрышную позицию. И, тем не менее, люди читали его нелегально, обмениваясь «самиздатовскими» копиями.

В своей статье О.Табачникова (Смит) характеризует антиутопию Е.И.Замятина как «пародию на тоталитаризм и шире — на утопию, возникшую в литературе Просвещения» [2, с. 358]. К мысли исследователя добавим, что роман представлял собой актуальное предупреждение о том, как абсолютный контроль над всеми сферами

жизни общества разрушает естественную гармонию мира и личности.

Термин «антиутопия» как название литературного жанра ввели Гленн Негли и Макс Патрик в антологии «В поисках утопии» (The Quest for Utopia, 1952). Название «антиутопия» возникло как противопоставление термину «утопия», введённому Томасом Мором. В своей книге «Утопия» («Золотая книжечка, столь же полезная, сколь и забавная о наилучшем устройстве государства и о новом острове Утопия», 1516) Т.Мор описывает государство с идеальным общественным строем. Роман английского писателя-гуманиста, таким образом, дал название жанру, объединяющему произведения о совершенных и абсолютно справедливых государствах.

Если утопия показывает общество с почти идеальным устройством, где всё прекрасно, то антиутопия изображает мир, в котором всё, что могло пойти не так, пошло не так. Как правило, точкой отсчёта служит современная автору общественная модель. Утопия – её сильно улучшенный образец, антиутопия – самый пессимистичный вариант.

Антиутопия (по словам Т.Т.Давыдовой, «антижанр-„пророк“») [3, с. 380]) вступает в полемику с утопией, «разоблачает» её, «описывая результаты её реализации», и в то же время предостерегая человечество от ошибок, которые могут привести к исходу, абсурдизированно описанному в антиутопии, что является её «жанрообразующим элементом» [3, с. 380].

Роман «Мы» послужил точкой опоры для последующих произведений-антиутопий и определил главные жанровые признаки. Основываясь на словах И.Ивановой, можно выделить следующие черты:

– описание общества, в котором свобода и индивидуальность человека оказались уничтожены;

– ссылка на «катастрофическое Событие» [2, с. 360], которое исказило исторический процесс, приведя к изображаемому механизму государства и общества;

– главный герой, который выражает протест против общественно-государственного устройства (при этом не обязательно приходит к этому несогласию с принципами окружающего его общества сразу, изначально он может полностью поддерживать тот строй, в котором он существует);

– наличие оппозиционной группы, которая пытается посредством уничтожения нынешнего строя изменить развитие событий в лучшую сторону (может послужить смене точки зрения главного героя);

– существенная переоценка государственной властью любви и семьи, их роли в жизни граждан.

В портрете каждого героя у Е.И.Замятина преобладает какая-то одна особенность, автор старается не описывать внешность целиком. Благодетель в романе «Мы» – бессменный верховный правитель Единого Государства. Его образ построен лишь на одной детали – железной, «карающей руке» [4, с. 287]. Эта деталь многое говорит о характере Благодетеля и его власти, давлении на государство. Основываясь на том, что исходное значение слова «карать» – «бить, убивать», можно прийти к выводу, что, хоть в романе Благодетель и не представляет открытой угрозы для своего народа, но его сила – словно Кара Божья – незрима. Отсюда и появляется в произведении «карающая» рука – та, которая, казалось бы, не висит, как дамоклов меч, но каждый житель Единого

Государства трепещет пред ней.

В произведении Благодетель сравнивается с Богом, что подтверждается в тексте романа, когда граждане обращаются друг к другу: «Простите меня, ради Благодетеля» [4, с. 254]. Однако сам великий Благодетель говорит, что не может назвать себя Богом – лишь служителем каждого жителя Государства.

Как верно отметил В.А.Недзвецкий, «Замятинский Благодетель в Едином Государстве не только властитель, но и единодержец Истины» [5, с. 489]. Действительно, в романе он является верховным судьёй, который выносит те или иные решения-приговоры. Для каждого жителя Государства слово Благодетеля – не просто Закон и Истина, Благодетель и есть Закон, он и есть Истина.

Кроме того, само общество, изображённое в романе «Мы», в некотором смысле может быть сопоставимо с сектой. Так, к примеру, идеология Единого Государства строится на основах коллективизма, отрицания индивидуальности, чувства и желания отдельного человека подчинены некому общему благу, что является характерным для сект. В романе Благодетель то убеждением, то силой заставляет граждан сплотиться в единый «механизм», поддерживая взаимную пользу «винтиков» друг для друга и для общества настолько, насколько они вообще могут приносить пользу. Идея, развитая Замятым, стоит на образе «человека-машины», «человека — социальной функции» [5, с. 490].

Более того, лидер секты обычно устанавливает жёсткое подчинение дисциплине организации, он – тот, за кем все слепо следуют. Такая же ситуация происходит и в данной антиутопии. Благодетелю подчиняются абсолютно все, и каждый год единогласно он избирается

жителями в качестве правителя Единого Государства. И даже несмотря на то, что впервые «тысячи рук взмахнули вверх — «против» Благодетеля, в Единой государственной газете главный герой Д-503 читает, что в «48-й раз единогласно избран всё тот же, многократно доказавший свою непоколебимую мудрость Благодетель» [4, с. 310]. Такое замалчивание инцидента, негативно влияющего на привычный общественный строй, что тоже можно соотнести с тем, как в сектах информационный контроль влияет на межличностные отношения, когда руководящие лица ставят запрет на общение с бывшими членами секты или теми, кто критикует её. В обоих случаях это делается ради того, чтобы последователи не знали реального положения вещей, сообщая лишь ту информацию, которая обеспечит дальнейшее беспрекословное выполнение указаний лидера.

Также характерной чертой для сект является тотальный контроль за всеми сферами жизни общества и внушение, что всё это необходимо для «математически-безошибочного счастья» [4, с. 211]. Правитель Единого Государства даёт своим гражданам всё, что нужно для того, что Он считает «счастьем»:

– пропитание (пусть оно и сделано из нефти, ведь в ходе 200-летней войны сельское хозяйство было полностью уничтожено);

– интимные отношения (жителям выдавали розовые талоны, дающие право на пару личных часов с «номером» противоположного пола);

– общественные мероприятия (массовые праздники на Площади Куба).

Итак, все физиологические и материальные потребности человека оказываются удовлетворены, но за это каждый человек платит своей индивидуальностью — все люди

превращены в «нумера» — без имён, которые с рождения отличают нас друг от друга. В Едином Государстве это не нужно, личности полностью размываются, превращаются в некое «среднее арифметическое». Нет «Я», есть «Мы», ведь, как говорится в романе, ««МЫ» — от Бога, а «Я» — от дьявола» [4, с. 297].

В этом плане роман «Мы» связан с «Одним днём Ивана Денисовича» Солженицына, который первоначально имел название «Щ-854». Е.И.Замятин будто описал в романе систему лагерей с номерами, которые заменяли человеку имя. Однако само Государство, придуманное автором, является более комфортным миром, в котором, в сущности, нет проблем — кроме отсутствия свободы воли.

Именно таким и должно быть «истинное» счастье по мнению Благодетеля. Правитель выступает в роли «палача» независимости своих подданных и считает, что роль палачей «самая трудная, самая важная» [4, с. 354], они и есть Любовь, ведь понятия «любви» и «насилия» неразделимы.

В итоге в романе наблюдается победа рационального Единого Государства над душой, и ведущей мыслью стала идея о несовместимости свободы и счастья человечества. Е.И.Замятин выносит в романе единственно верное решение: такое «счастье» бесчеловечно.

Таким образом, Евгений Иванович Замятин в своём антиутопическом романе «Мы» на основе актуальной для него модели общественного устройства выдвигает концепцию об идеологии «насильственного счастья». Одним из примеров, описанных в статье, является схожесть созданного автором общественного строя с сектантскими порядками:

– подчинение коллектива установленной лидером цели и уничтожение личности;

– установление жёсткой дисциплины и иерархии в системе, где низшие последователи слепо идут за своим главой;

– удерживание общества в информационном куполе, манипулирование с целью сохранения покорности и послушания народа;

– убеждение массы в важности и необходимости наличия тотального контроля над жизнью общества в целом и каждого человека в частности;

– победа идеального «Мы» над индивидуальным «Я» и полное уничтожение последнего.

Образ Благодетеля существует неотделимо от вышеперечисленных способов воздействия на массовое сознание. Главное руководствующее лицо пользуется манипулятивными навыками покорения воли каждого человека путём

полного обезличивания и слияния всех граждан в единую массу «Мы».

Благодетель создаёт лишь иллюзию счастья, где люди чувствуют единение с остальными через общую причастность к великому делу. И Е.И.Замятин в конце своего романа описывает то, как рационализм одерживает победу над сенсуализмом, несмотря на все попытки «вдохнуть жизнь» в бездушный механизм Единого Государства.

Благодетель не называет себя Богом, но решает, что может взять в свои руки власть над выбором за всё общество между двумя взаимоисключающими, по его мнению, элементами: *свободой души и воли*, в которой человек может испытывать весь спектр эмоций, а не только положительные ощущения, и *счастьем* – пусть навязанным насильно, искусственным, достигнутым через полное порабощение разума, мысли и чувств человека, но всё-таки счастьем.

Литература:

1. Борода Е.В. Замятинская формула антиутопии: генезис жанров русской фантастики XXI века // Творческое наследие Е. И. Замятина в новых научных концепциях и гипотезах. К 135-летию со дня рождения писателя: коллективная монография / науч. ред. Л. В. Полякова, Н. Ю. Желтова; предисл. Л. В. Полякова; М-во науки и высш. обр. РФ, ФГБОУ ВО «Тамб. гос. ун-т им. Г. Р. Державина», Междунар. науч. центр изучения тв-го наследия Е. И. Замятина. – Тамбов: Принт-Сервис, 2019. – С. 273–280.
2. Давыдова Т.Т. Е. Замятин в современном литературоведении // Вопросы литературы. – 2015. – №6. – С. 353–363.
3. Давыдова Т.Т. «Мы» Е. Замятина — роман-антиутопия // Е.И.Замятин: Pro et contra. Личность и творчество Евгения Замятина в оценке отечественных и зарубежных исследователей / Сост. О.В. Богданова, М.Ю. Любимова. – СПб.: Апостольский город – Невская перспектива, 2014. – С. 380–403.
4. Замятин Е.И. Собр. соч.: в 5 т. Т. 2: Русь / Сост., подгот. текста и коммент. Ст. С. Никоненко и А. Н. Тюрина. – М.: Русская книга, 2003. – 592 с.
5. Недзвецкий В.А. Благо и благодетель в романе Е. Замятина «Мы» (О литературно-философских истоках произведения) // Е.И.Замятин: Pro et contra. Личность и творчество Евгения Замятина в оценке отечественных и зарубежных исследователей / Сост. О.В. Богданова, М.Ю. Любимова. – СПб.: Апостольский город – Невская перспектива, 2014. – С. 487–499.
6. Рюмшина Л.И. Тоталитарные секты: способы непосредственного и опосредованного психологического воздействия на адептов [Электронный ресурс]. – URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/totalitarnye-sekty-sposoby-neposredstvennogo-i-oposredovannogo-psihologicheskogo-vozdeystviya-na-adeptov> (дата обращения: 02.02.2024).

7. Скорospelова Е.Б. Возвращение // Е.И.Замятин: Pro et contra. Личность и творчество Евгения Замятина в оценке отечественных и зарубежных исследователей / Сост. О.В. Богданова, М.Ю. Любимова. – СПб.: Апостольский город – Невская перспектива, 2014. – С. 10–22.

Разумовская Алиса Руслановна,
Студент АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: razalissarus@bk.ru

Научный руководитель:
Таирова Ирина Александровна,
к.фил.н., доцент АНО ВО «Российский новый университет»
SPIN-код: 8333-2079
ORCID 0000-0002-1738-6814

Философия жизни и смерти в советской научной фантастике (на примере романа А.Р. Беляева «голова профессора Доуэля»)

***Аннотация:** В статье рассматривается многозначность понимания жизни и смерти в научно-фантастическом романе А.Р.Беляева. Исследуется проблема восприятия персонажами романа их собственной жизни. Рассматриваются их материальные и моральные ценности в сравнении с постулатами священных текстов и основных идей греческих мыслителей (Платона, Декарта), немецких философов (Ф.Энгельса) и советских писателей (А.П.Чехова). Проведённый анализ позволил сделать вывод о разных точках зрения на жизнь, вложенных писателем в речь своих персонажей, и определить какую роль в ощущении собственного существования играют факторы окружающей его среды.*

***Ключевые слова:** Беляев; Голова профессора Доуэля; жизнь; смерть; научная фантастика; материализм; идеализм; автобиография*

Sarymsakowa E.E.

Philosophy of Life and Death in Soviet Science Fiction (on the example of A.R. Belyaev's novel "Professor Dowel's Head")

***Annotation:** The article examines the multiple meanings of understanding of life and death in Belyaev's science fiction novel. The problem of the novel's characters' perception of their own lives is explored. Their material and moral values are considered in comparison with the postulates of sacred texts and basic ideas of Greek thinkers (Plato, Descartes), German philosophers (F.Engels) and Soviet writers (A.P.Chekhov).*

The analysis made it possible to conclude about the different points of view on life invested by the writer in his characters and to determine what role the factors of his environment play in his sense of his own existence.

***Keywords:** Belyaev; Professor Dowel's Head; life; death; science fiction; materialism; idealism; autobiography*

Научно-фантастический роман «Голова профессора Доуэля» – один из поздних романов советского писателя-фантаста начала XX века А.Р.Беляева. Философские аспекты жизни и смерти, прослеживаемые в произведении, в

будущем повлияли на развитие и формирование научной фантастики в советском литературном контексте.

Александр Романович Беляев с самого детства не представлял своё свободное время без новой

фантастической книги. В юности писатель был творческой натурой: умел играть на нескольких музыкальных инструментах и особую любовь питал к театральному искусству. Больших успехов он добился в адвокатуре и благодаря весомым гонорарам осуществлял путешествия по Европе. Но продолжительная болезнь сильно измучила его. В возрасте 58 лет он умер в Санкт-Петербурге, совершенно один, среди оккупированных фашистами домов Царского села, прикованный своим недугом к постели [6; с. 497-516].

В романе «Голова профессора Доуэля» рассказывается о профессоре Доуэле, который сосредотачивал свою научную деятельность на возвращении к жизни умерших людей. Начав с грызунов и прочей мелкой живности, в своих научных опытах он перешёл к более крупным испытуемым. Так, успешно оживив собачью голову (что в романе явилось научным предвидением к эксперименту С. С. Брюхоненко в 1928 г.), профессор вскоре скончался при неизвестных обстоятельствах. Его дело незамедлительно продолжил учёный Керн, некогда верный помощник во всех делах Доуэля.

В конце романа разворачивается детектив с элементами триллера. Артур, сын профессора Доуэля, намерен выведать всю правду о скоропостижной смерти отца и странных успешных экспериментах его ученика. Главной его союзницей выступает Мари Лоран, которую после череды конфликтов на почве моральных ценностей Керн против её воли поместил в лечебницу для психически больных под руководством деспота Равино. В итоге молодой паре удаётся уличить Керна в незаконном и антигуманном способе принуждения профессора Доуэля к сотрудничеству.

Одну из любовных линий романа

составляют отношения Ларе и Брике. Здесь явно присутствует отсылка на Платона и его одноименную модель любви. Душа берёт своё начало в уме: Ларе понимает, что тело Брике принадлежит его умершей возлюбленной, а потому чувства, испытываемые им, приурочены к мертвецу. Как справедливо отмечает О.Л. Полякова, в этом случае душа созерцает ум: в конце концов Ларе влюбляется именно в новую хозяйку тела, Брике, переставая задумываться о физических смыслах своих чувств [7; с. 209].

Возвращаясь к А.Р.Беляеву, как к человеку довольно мечтательному, стоит вспомнить его детскую тягу к фантастическим произведениям. Юный писатель хотел обладать магическими способностями, какими впоследствии наделил своих будущих персонажей, но больше всего его не оставляла в покое мечта научиться летать. Как-то раз будущий писатель смастерил для себя крылья из подручных материалов, нацепил их на руки и, забравшись высоко на крышу своего деревенского дома, прыгнул с самого конца, очевидно полагая, что полетит при помощи своей самодельной конструкции. Но попытка оказалась неудачной – при падении он значительно повредил спину, что в последствии отразилось на здоровье: врачи поставили ему диагноз – туберкулез позвоночника. В 35 лет А.Р.Беляев оказался прикованным к постели и частично парализованным.

В 1925 году сначала в виде рассказа в «Рабочей газете», а затем в журнале «Всемирный следопыт» он публикует роман «Голова профессора Доуэля», который не иронично можно назвать также «Голова писателя Беляева», ведь он сделал эту историю автобиографической и очень хотел рассказать, «что может испытать голова

без тела» [2; с. 23-25]. Долгие годы А.Р. Беляев проводил в постели и ощущал себя живым лишь тогда, когда мыслил. Голова профессора Доуэля вторит всё тем же словам философа Рене Декарта: «Я мыслю, следовательно, я существую» [3; с. 282], но про себя грустно подмечает, что таким ощущением невозможно долго существовать на земле, не имея своей полноценной физической оболочки. Может и А.Р.Беляев ощущал себя похоже, рассматривая через окно деревенские пейзажи.

В романе выделяется две наиболее важных темы для рассуждения: материалистичность жизни и идеалистичность смерти.

О материальной основе жизни рассуждает голова профессора Доуэля. Ранее учёный не замечал всей прелести физического существования и отдавался целиком и полностью научной работе. Потом же, оказавшись в том виде, в котором он предстаёт перед читателем в романе, сначала старается убеждать самого себя в том, что цель оправдывает средства – истинный учёный ради обнародования трудов всей своей жизни готов пойти на всё, но затем, как и любого человека, его не покидают мысли о безотрадности своего существования.

Однако самым ярким материалистом в произведении является сельский рабочий Тома Буш. Его тело сбила крупногабаритная машина, не оставив шансов на дальнейшее функционирование, но голова оказалась нетронутой. После нескольких дней пребывания в лаборатории по вечерам Тома начинал неизбежно задумываться о смысле своего существования в таком виде. При жизни он был хорошо сложенным плечистым мужчиной, способным вести домашнее хозяйство в одиночку, а сейчас является подопытным у самовлюблённого врача. Убеждения

Тома напоминают трудовую гипотезу Ф.Энгельса – «труд создал самого человека» [9; с. 3].

Именно труд является основополагающей частью жизни личности и только действиями человек добивается своего места в мире, а в положении, в котором оказался Тома, единственное дозволенное ему действие – шевеление мышцами лица.

В идеализме же всё духовное является первичным, а всё физическое – вторичным. В трёх главах, посвящённых пребыванию Мари Лоран в лечебнице для психически больных доктора Равино, описывается устройство этого заведения. Подобно Евангелию от Матфея (Мф. 10:28): «И не бойтесь убивающих тело, души же не могущих убить; а бойтесь более Того, Кто может и душу и тело погубить в геенне» [5; с. 1023], главная цель всего персонала больницы и заведующего врача убедить находящихся там людей в том, что они неизлечимо больны страшными душевными недугами. Их больше не получится вернуть в привычный им до этого социальный мир, для него они уже давно стали мертвы, и никто больше их не вспомнит. Таким образом, в данном цикле глав размывается граница между жизнью и смертью, подобно концепции повести А.П. Чехова «Палата № 6», но лишь с тем отличием, что во втором случае автор делает контекстными синонимами в рамках текста произведения болезнь и здоровье. Также, как верно подчеркнул в своей статье И.А. Назаров, в клинике доктора Равино используют отточенную годами систему «психического отправления» [4; с. 37-38]. С помощью неё персонал усиленно воздействует антигуманными способами именно на ментальное здоровье человека, от чего физическое состояние больного также стремительно изменяется в худшую

сторону.

Полная изоляция, нахождение среди таких же «мертвецов», недоброжелательное отношение со стороны персонала, постоянные, раздражающие и без того еле живую душу, разговоры один на один с самим доктором Равино делают из человека бесформенную массу костей и мышц, бесцельно волочащую остаток своего существования. Есть ли необходимость в обладании физическим телом в контексте неспособности контролирования своих простейших когнитивных функций?

В главе «Головы развлекаются» между Томой и Брике происходит диалог, из которого узнаётся, что госпожа Брике верует в бессмертность души. В своём понимании она никогда не умирала, лишь находилась неподалеку около своего тела, ждала получения новой оболочки. В священном тексте Бхагавата-пурана, также известному как Шримад-Бхагаватам, говорится: «Когда живое существо заканчивает пожинать плоды определённого этапа своей деятельности, этот конец называют смертью, а когда оно начинает получать результаты следующего этапа деятельности, такое начало называют рождением» [8, с. 438]. Точно также про себя думает и Брике, уверенная в том, что прошлая жизнь в лице распутной танцовщицы кабаре была закончена и теперь она должна вернуться в живой мир для чего-то нового.

В конце романа становится ясно, что с точки зрения профессора Доуэля, который в какой-то мере является прототипом самого А.Р.Беляева, жизнь всё же имеет материалистическое начало, ведь человек без физического ощущения себя в пространстве не существует ни среди своих сородичей, ни среди всей тебя окружающей его среды. Но подобно голове без тела, в прямом смысле, телу без головы, в понимании идеалистов, также

не выжить. Безвольное существование человека, лишённое чувств, разумности и эмоций подобно смерти физической.

Таким образом, философия жизни и смерти в советском научно-фантастическом романе А.Р. Беляева строится вокруг следующих двух аспектов:

1. Прямые и косвенные отсылки в тексте на труды философов и писателей, раскрывающие идею автора романа о материальной основе жизни. Главным представителем данного философского мировоззрения в книге является Тома Буш, в репликах которого наглядно показано его отношение к физической оболочке человека, которую он считает превыше человеческой души;

2. В главах, посвящённых психиатрической лечебнице доктора Равино, и монологах госпожи Брике о реинкарнации, автором была выстроена концепция идеалистичности смерти. С данной стороны отрицается первенство тела над разумом и душой.

Опираясь на вышеперечисленные понятия, автор в сюжете романа переплетает между собой противоположные точки зрения на жизнь и смерть. А.Р. Беляев вынуждает персонажей оказаться в непривычных для них условиях окружающей среды, меняя их прошлые представления о своём существовании. В примере с Мари Лоран девушка, оказавшись в лечебнице, осознаёт, что даже безупречное физическое здоровье не может полноценно поддерживать ментальное, если на второе оказывается давление извне. В случае же с госпожой Брике, второй раз потерявшей тело, в конце произведения из её уст не звучат восторженные речи с отсылками на духовную бессмертность. Персонаж четко начинает понимать, что полноценность жизни выстраивается вокруг телесных ощущений.

Вышеперечисленным писатель раскрывает значимость свободы разума и души в слаженном взаимодействии с физической оболочкой.

Литература:

1. Беляев А.Р. Голова профессора Доуэля. – М.: НИГМА, 2021. – 176 с.
2. Беляев А.Р. О моих работах // Журнал Детская литература. 1939. № 5. – 80 с.
3. Декарт, Рене. Избранные произведения: К трёхсотлетию со дня рождения (1650–1950) : Пер. с фр. и латин.; Ред. и вступ. статья В. В. Соколова ; Акад. наук СССР. Ин-т философии. – [М.]: Госполитиздат, 1950. – 712 с.
4. Назаров И.А. Система «психического отравления»: о мотиве доведения до безумия в романе А.Р. Беляева «Голова профессора Доуэля» // Журнал Грамота. 2017. № 3(69). Филологические науки. Вопросы теории и практики. – С. 37–39.
5. Библия: Книги Священного Писания Ветхого и Нового Завета в русском переводе с параллельными местами и приложениями. – М.: Российское библейское общество, 2006. – 1376 с.
6. Орлов О. А. Р. Беляев. Биографический очерк. – М.: Молодая гвардия, 1964. – 528 с.
7. Полякова О.Л. Философский праздник Платона в научном освещении // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобочевского, 2012, №1 [2]. – С. 208–213.
8. Шримад бхагаватам кришны-двайпаяны вьясы. Третья песнь, «Статус КВО», главы 24-33. С русской транслитерацией оригинальных санскритских текстов, пословным переводом, литературным переводом и комментариями. Его Божественная Милость А.Ч. Бхактиведанта Свами Прабхупада Ачарья – основатель Международного общества сознания Кришны. – М.: Бхактиведанта Бук Траст. 2013. – 632 с.
9. Энгельс, Ф. Роль труда в процессе превращения обезьяны в человека. М.: Политиздат, 1969. – 18 с.

Сарымсакова Элеонора Эдуардовна,
Студент АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: eleanor.sarymsakova@gmail.com

Научный руководитель:

Таирова Ирина Александровна,
к.фил.н., доцент АНО ВО «Российский новый университет» (РосНОУ)
SPIN-код: 8333-2079
ORCID 0000-0002-1738-6814

ТУРИЗМ И ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО

УДК 331.1

Львова Е.М.

Развитие привлекательных видов туризма как инструмент импортозамещения

Аннотация: В статье рассмотрены проблемы, которые в последние годы претерпела российская индустрия туризма. Показано, что изменение геополитической ситуации привело к переориентации туристских потоков и необходимости импортозамещения в туризме. Одним из наиболее предпочтительных вариантов в рамках импортозамещения туристских продуктов является развитие внутреннего туризма. На примере Карелии рассматриваются возможности развития наиболее востребованных видов туризма.

Ключевые слова: туризм; туристская индустрия; импортозамещение; внутренний туризм; Карелия; экологический туризм

Lvova E.M.

Development of attractive types of tourism as a tool for import substitution

Annotation: The article examines the problems that the Russian tourism industry has suffered in recent years. It is shown that changes in the geopolitical situation have led to a reorientation of tourist flows and the need for import substitution in tourism. One of the most preferable options for import substitution of tourism products is the development of domestic tourism. Using the example of Karelia, the possibilities for developing the most popular types of tourism are considered.

Keywords: tourism; tourism industry; import substitution; domestic tourism; Karelia; ecotourism

Кардинальное изменение геополитической ситуации в мире привело к глубоким изменениям в области развития туризма. Усложнение условий организации выездного туризма для российских граждан послужило катализатором развития внутреннего туризма, что можно рассматривать как направление импортозамещения в туризме [1]. С целью устойчивого развития этой тенденции следует активно

развивать привлекательные виды туризма и вовлекать в туристскую деятельность новые территории, обладающие туристскими ресурсами, и на их основе создавать туристские дестинации.

Для понимания потенциального спроса на туристские продукты, который необходимо удовлетворять в процессе импортозамещения в туризме, целесообразно проводить маркетинговые исследования туристского рынка [2].

Также следует учитывать, что всегда будет достаточно высоким спрос на детский туризм [3].

В последнее время в России стало набирать популярность такое направление как экотуризм или экологический туризм. Он представляет собой посещение туристами территорий, относительно не затронутых антропогенным воздействием. Следует отметить, что в связи со сменой поколений потребности туристов существенно меняются, в том числе в сторону экологизации отдыха и путешествий [4]. Одним из таких привлекательных туристских регионов является Республика Карелия, где экологическая обстановка, за исключением некоторых локальных проблем, довольно благоприятная. Республика Карелия является одним из самых экологически привлекательных регионов Российской Федерации.

Кроме природных достопримечательностей, таких как горы, водопады и национальные парки, Карелия славится богатым культурно-историческим наследием, на основе которого можно формировать интересные туристские продукты. Достопримечательности Карелии известны далеко за ее пределами. Общее количество объектов в Карелии, которые можно отнести к культурно-историческим памятникам, приближается к четырем тысячам.

Экологический туризм представляет собой путешествие с целью изучения природного наследия, при этом оно осуществляется с особой ответственностью перед окружающей средой, содействует охране природы, не оказывает вредного воздействия на окружающую среду, обеспечивает активное социально-экономическое участие местных жителей в туристской

деятельности.

Всемирный фонд дикой природы определяет экотуризм как путешествия в места с относительно нетронутой природой с целью получить представление о природных и культурно-этнографических особенностях этой дестинации, при этом не нарушается целостность природных экосистем [5].

Туристские ресурсы Карелии весьма привлекательны для развития экологического туризма, в ней есть множество заповедных мест и уникальных природных ландшафтов, которые позволяют сформировать уникальный экологический туристский продукт. Следует отметить наиболее важные с точки зрения организации экологического туризма места Карелии: заповедник «Кивач», национальный парк «Паанаряви», национальный парк «Водлозерский», Соловецкие острова, Гусиные поля у Олонца.

Продолжается возведение глэмпингов и кемпингов, предлагающие отдых по разной ценовой категории и в разных районах и местах Карелии. В последние годы глэмпинги стали одним из трендов в туризме, и именно такой вид средств размещения все больше предпочитают туристы, отправляясь в путешествия с целями экологического отдыха.

Перспективным направлением является этнографический и культурно-исторический туризм, позволяющее туристам познакомиться с обычаями, традициями, кухней, отличаются от их собственной через общение с представителями этих культур в местах их проживания, что имеет большое значение для сохранения культуры и языка малочисленных народов.

В Карелии насчитывается около 200 исторических сел и деревень в разных районах, а также более 50 исторических

поселений на историко-культурной территории «Заонежье» в Медвежьегорском районе. Под охраной находятся 577 памятников архитектуры, из которых 62 имеют статус федерального значения. На территории Карелии выделены 18 историко-культурных территорий, 16 из которых этнокультурные территории [6].

Интересными с туристской точки зрения являются Вокнаволок, Суднозеро, Поньгома, Пирттигуба, Хайколя, Ювалакша, поселок Калевала, где можно познакомиться историей и традициями местного населения, узнать особенности карельского и вепского языков, попробовать блюда традиционной кухни, а также услышать и увидеть, где всемирно известный Элиас Леннрот записывал песни рунопевцев для эпоса «Калевала». Развитие этнографического туризма крайне важно для сохранения уникальности и первобытности региона, что является главным конкурентным преимуществом.

Еще одним перспективным видом является сельский туризм, который ориентирован на использование особенностей сельской местности для создания туристского продукта. Обычно туристы размещаются в деревенских домах (усадебях), могут наблюдать за повседневной деревенской жизнью, помогать ухаживать за домашней скотиной, участвовать в приготовлении традиционных блюд и т. д.

В Карелии достаточно популярным

видом туризма является так называемый активный туризм, к которому обычно относят сплавы по рекам, катание на лыжах, снегоходах, пешие походы и т.п. Для организации сплавов по карельским рекам и озерам используются различные средства, в том числе байдарки, плоты, лодки, рафты и др. Наиболее интересные сплавы организуются по рекам Шуя и Укса.

В последние несколько лет становится очень востребованным катание на ездовых упряжках, что в определенной степени объединяет экологический и активный туризм. В Карелии существует несколько питомников по разведению ездовых собак, в том числе в поселках Кудама, Матросы, Чална и других. В туристическом комплексе Karjala Park очень популярным является питомник северных ездовых собак - сибирских Хаски.

Таким образом, Республика Карелия является той дестинацией, которая позволит осуществить импортозамещение в сфере туристских продуктов.

Приоритетными направлениями развития туризма в Карелии выступают экологический, этнографический, культурно-исторический, сельский и активные виды туризма. В перспективе можно говорить о развитии лечебно-оздоровительного и индустриального туризма, т.к. богатство и разнообразие туристских ресурсов Карелии позволяет это сделать.

Литература:

1. Богомазова И.В., Русанова А.А. Импортозамещение в туризме в России // Вестник Луганского национального университета имени Владимира Даля. 2017. № 3-1 (5). С. 35-38.
2. Морозов М.А. Маркетинговые исследования российского рынка туризма // Маркетинг в России и за рубежом. 1998. № 5. С. 50-64.
3. Морозов М. В России у детского туризма социальный статус // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2004. № 1. С. 26-30.

4. Морозов М.А., Морозова Н.С., Зворыкина Т.И. Новые требования к качеству туристских услуг в современных реалиях// Стандарты и качество. 2020. № 8. С. 104-108.
5. Всемирный фонд дикой природы. [Электронный ресурс]. URL: <https://wwf.ru/> (Дата обращения: 28.01.2024)
6. Официальный интернет-портал Республики Карелия. [Электронный ресурс]. URL: <https://gov.karelia.ru/karelia/> (Дата обращения: 28.01.2024)

Львова Евгения Максимовна,
Магистрант АНО ВО «Российский Новый Университет»
z.butenkoo@mail.ru

Научный руководитель:
Морозов Михаил Михайлович,
к.э.н., доцент, доцент кафедры туризма и гостиничного бизнеса АНО ВО «Российский
Новый Университет»
m.morozov@bk.ru
SPIN: 3818-8502
ORCID: 0009-0009-7860-4246

Применение методов анализа и синтеза для исследования стратегической деятельности турфирмы в современных условиях

***Аннотация:** В статье описана теоретическая база методов научного исследования, методы анализа и синтеза применены для исследования стратегий. Рассмотрены наиболее популярные стратегии бизнеса, предложены варианты стратегий, работающие в условиях новой реальности.*

***Ключевые слова:** методы исследования; анализ; синтез; туризм; кризис; стратегии выживания; выездной туризм; ограничения; спад; кризис; новая реальность*

Application of methods of analysis and synthesis to study the strategic activities of a travel agency in modern conditions

***Annotation:** The article describes the theoretical basis of scientific research methods, methods of analysis and synthesis are used to study strategies. The most popular business strategies are considered, and strategy options that work in the new reality are proposed..*

***Keywords:** research methods; analysis; synthesis; tourism; crisis; survival strategies; outbound tourism; restrictions; recession; crisis; new reality*

По мнению Кузнецова И.Н. [1], в новых реалиях в России наблюдается повышение интереса к научным исследованиям, но также заметен и недостаток владения системой методологических знаний. Автор считает, что это снижает качество написанной работы. Написание диссертации - несомненно, творческий процесс, но, как любое исследование, оно невозможно без внутренней организации, совокупности определенных приемов, правил. Основная функция метода – способствовать достижению поставленной задачи, определенного результата.

Использование правильного метода как способа познания, чрезвычайно важно. Ф. Бэкон сравнивал его со светильником, освещающим

путнику путь в темноте. Метод помогает структурировать мысли, двигаться к цели кратчайшим путем, экономит силы и время, служит своего рода маяком.

Методология - система определенных способов и приемов в действии - связана с философией, логикой, диалектикой. Методами научного познания интересовались и писали о них еще Платон, Сократ, Декарт, Гегель, Бэкон, Маркс и др. Современные ученые считают, что метод не должен исходить только из теории и оставаться в ней, но и обязательно должен выходить за ее пределы и входить в сферу практики, также необходимо тесное взаимодействие этих двух сфер.

Существует множество классификаций методов, например, по

широте применения: философские (аналитический, интуитивный и др.); общенаучные (модель, структура, системный подход и др.); частно-научные (методы отдельных наук, например, физики); дисциплинарные (еще более узкие, относящиеся к конкретной дисциплине), междисциплинарные (на стыке наук). Также есть классификация по уровням (сверху вниз): эмпирические (наблюдение, эксперимент, сравнение); теоретические (формализация, аксиома, научная гипотеза и др.); общелогические (анализ, синтез, индукция, дедукция, аналогия и др.). Наряду с другими общими универсальными методами познания, такими, как индукция, дедукция и др., анализ и синтез являются базовыми, без них не обходится ни одна научная работа.

Анализ – есть мысленное разложение, «расчленение» общего на части, синтез – соответственно, наоборот, соединение, объединение разъединенных ранее частей в одно целое.

Очень часто умение мыслить связывают с умением анализировать. Анализ лежит в системе общего подхода к решению задач «размышлением обратного подхода», т.е. от задач, которые надо решить, к подзадачам, затем от этих подзадач к другим подзадачам и т.д., пока мы не дойдем до элементарных задач в один шаг. И обратно, процесс решения (синтез) - это последовательное решение подзадач в обратном порядке. В процессе синтеза происходит не только простое объединение, но и обобщение аналитически выделенных посредством анализа особенностей объекта. «Без анализа нет синтеза», - сказал Ф. Энгельс.

При использовании анализа и синтеза существует определенный порядок действий:

- сначала выделяем необходимые признаки объекта,

- потом по выделенным признакам объединяем объекты в группы,

- выделив признаки, установив закономерности, важно уметь включить их в новые связи.

При изучении проблемы стратегического управления турфирмой в условиях новой реальности следует подчеркнуть, что из большого числа стратегий следует выбрать именно те, которые будут работать в условиях новой реальности, ведь с современными реалиями сталкиваться ранее не приходилось. Кризисы в мировом туризме уже были, например, первая и вторая мировые войны, великая депрессия в США, финансовый кризис 1998 г, птичий грипп в Китае, и всякий раз туриндустрия, с большими или меньшими потерями, справлялась с ними. Мало того, каждый кризис приносил что-то новое, способствовал перераспределению потоков, открытию новых направлений или видов туризма, к примеру, во время птичьего гриппа в Китае туристы поехали в Европу и там случился новый всплеск бронирований, или экономические кризисы привели к популярности отелей малой звездности (3*) и т.д. Но такого кризиса, как сейчас, в российском туризме еще не было, мы с этим столкнулись впервые.

Реалии 2023 года таковы, что, едва оправившись от пандемии ковида, мы имеем практически полное закрытие Европы для российского туриста, невыдачу виз, ограничение полетов в ряд стран, запрет на поставки запчастей и обслуживание самолетов в международных аэропортах, прекращение обслуживания российских банковских карт за рубежом, запрет ввоза иностранной валюты в страну и др. В 2023 году ситуация не изменилась, даже возможно, еще более усугубилась – нестабильная политическая обстановка,

ослабевание рубля, удорожание авиабилетов и туров, снижение уровня покупательной способности населения – дает возможность сделать прогноз, что

выездной турпоток в 2023 году еще более снизится. Восстановления прежних туристических потоков (выездного туризма) ждать не приходится (таблица).

Таблица Выездной турпоток по годам (тыс. чел).

Годы	2019	2020	2021	2022
Количество выездов	45330	12360,7	19199,1	22486,5

Очевидно, что стандартные стратегии управления турфирмой в нынешней ситуации не работают, поэтому я сочла возможным провести анализ имеющихся стратегий, отбросить недействующие, выбрать и сгруппировать реально работающие.

О стратегиях в бизнесе написано много книг, вначале о них писали ученые гарвардской школы 1970х годов (Эндрюс, Портер, Ансофф), затем Стейнер, в России исследования проводили Попов, Петров, и другие ученые. Есть также работы, посвященные кризисам в туротрасли (Морозов, Морозова и др.). Подобно методам научного исследования, существует множество классификаций стратегий, но также нет единой, как и единой классификации методов научного исследования.

Экономическая стратегия определяется как максимизация прибыли компании за счет роста конкурентных преимуществ. Сегодняшние реалии таковы, что для туристического рынка, к сожалению, не стоит вопрос о расширении, усилении своих позиций, а стоит вопрос просто выжить, сохранить компанию, продержаться до лучших времен.

Рассмотрим ряд популярных стратегий для бизнеса, отметим, какие из них рабочие, какие совсем нет (на основе собственного опыта по большей части).

Стратегия роста компании – не актуальна в нынешних условиях.

Стратегия отхода с рынка – следует отметить, что эта стратегия вынужденная, но широко применяется как турагентствами, так и туроператорами (особенно нишевиками, ранее работавшими по Европе).

Стратегия продвижения – не актуальна в нынешних условиях.

Стратегия сдержанного функционирования - направленная на прекращение инвестиций - работает практически повсеместно.

Стратегия паузы (в рекламе, в снижении комиссионных) – широко применяется.

Стратегия фокусирования на 1 сегменте рынка – достаточно опасная сейчас, спорный вопрос.

Стратегия дифференцирования, укрепления собственной ниши – отличительных свойств турпродукта, уникальности товара – уместна на открытых направлениях выездного туризма, приветствуется для внутреннего туризма.

Стратегия снижения цены – спорный вопрос, с одной стороны, в связи со снижением покупательской способности населения вроде бы логична, но не всегда работает, не всегда гарантирует рост доходов, грозит переходом в более низкие категории с уменьшением доли прибыли.

Стратегия минимизации расходов (уход от офиса, перевод деятельности в онлайн, исключение рекламных туров) –

работает повсеместно

Стратегия коллективная (сотрудничества) – объединение нескольких компаний под одним брендом, франшиза – спорный для многих компаний, но возможна.

Стратегия компетентного персонала (заключается в обучении персонала) – рекомендуется, например, семинары, в т.ч. с помощью использования дистанционных средств – вебинары. В отсутствие больших объемов работы всегда хорошо подтянуть «матчасть», тем более, изменений на курортах сейчас много, какие-то отели закрылись, новые построены.

Стратегия правильного позиционирования потребителя – очень важна, особенно для нишевиков.

Стратегия клиентоориентированности (направлена на удержание потребителя) – заключается в надежности, отзывчивости, желании помочь и разрешить проблемы, быстроте реакции, понимании специфики потребителя, вежливости, обходительности, доверия – работает всегда, в кризисных ситуациях особенно.

Стратегия упора на бюджетные средства размещения – актуальна сейчас как никогда в связи с ослабеванием рубля и снижением покупательского спроса населения.

Стратегия безопасного путешествия – безопасность, санитария на отдыхе очень важна для большинства туристов.

Стратегия долгосрочного планирования – не работает в кризис в связи с быстро меняющейся внешней средой.

По мнению большинства ученых, перечисленные стратегии должны работать в комплексе. Исходя из проведенного анализа, мы убираем те стратегии, которые не актуальны в новых

реалиях – это однозначно стратегии роста, продвижения, долгосрочного планирования, захвата новых сегментов рынка. Осторожно отнесемся к спорным стратегиям, но не исключаем возможности их применения - это стратегии слияния, отхода с рынка, снижения цены, работа только с одним сегментом рынка. И делаем упор на тех стратегиях, которые, по моему мнению, работают в новой нормальности в комплексе: сдержанного функционирования, паузы, минимизации расходов, укрепления собственной ниши, обучения персонала, удержания клиента, ориентира на бюджетные туры.

Сегодня сложнее всего выживать турфирмам, ориентированным на выездной туризм. Им необходим тщательный ежемесячный анализ своей деятельности, учет всех появляющихся постоянно факторов внешней среды, на которые турфирма повлиять не может, адаптация к ним. По мнению ученых, в частности, Морозовой Н.С., требуется комплексный подход: анализ и признание существующих проблем, поиск новых стратегий развития, которые работают в кризис, поиск новых конкурентных преимуществ, оптимизация кадров, расходов и затрат. Необходимо также участие государства (например, продление кешбэка и др.). Что касается стратегий, то многие из тех, которые были действенны ранее, сейчас не работают. Мои предложения по стратегиям, которые представляются интересными:

- введение новых услуг, которые будут интересны клиенту (например, годовое обслуживание – зная заранее отпуска клиента, можно мониторить цены на интересующие его направления и предлагать тур, как только цена уменьшится)

- стратегия замораживания (инвестиций, расширения компании,

обновления основных фондов, техобслуживания и т.д.) - откладываются до лучших времен.

- стратегия укрепления собственной ниши (если такая имеется – например, туры на Камчатку с полетом на вертолете над вулканами)

- улучшение качества работы: для менеджера это работа над улучшением его личных качеств, таких как компетентность, надежность, отзывчивость, тесный контакт с клиентом, желание помочь в стрессовой ситуации, понимание специфических потребностей клиента, вежливость, доверие, обходительность, быстрая коммуникация, способность удержать клиента. Здесь важно организовать обучение для персонала – сейчас множество семинаров, вебинаров, в т.ч. работа с психологами, тренерами о том, как вести себя в кризис, как разговаривать с клиентом. Крупные туроператоры регулярно проводят такие тренинги для агентств.

- стратегия диверсификации – упор на отличительные свойства товара, его уникальность (например, погружение под лед на озере Байкал), осторожное продвижение новых услуг.

В условиях новых реалий индустрия туризма в России несет тяжелые убытки, находится в состоянии стагнации (особенно выездной туризм). Новые времена требуют новых решений, новых стратегий управления. С помощью методов исследования – анализа и синтеза – мною отобраны наиболее эффективные стратегии. Турфирмы вынуждены приспосабливаться к современным условиям, минимизируют свои расходы, разрабатывают новые направления, ищут новые пути получения прибыли. Как уже отмечено, кризисы были, но туризм из них всегда выходил с большими или меньшими потерями. Сейчас туристы предпочитают «пересидеть кризис» поближе к дому. Перспективы развития видятся следующие: несомненно рано или поздно границы будут открыты и следует ждать отложенного спроса. Спросом будут пользоваться недорогие туры, на них и нужно будет ориентироваться, изучать бюджетные гостиницы 2-3*, составлять программы на основе размещения в них. По нашему мнению, большое внимание будет уделяться безопасности путешествий, ожидается спрос на экологический туризм.

Литература:

1. Келлер П. Влияние мировых кризисов на туризм//Вестник РМАТ. - 2013. № 3. С. 17-20.
2. Кузнецов И.Н. Научное исследование. Методика проведения и оформления//3-е изд, перераб. и доп. Москва, Дашков и К, 2008. -460 с.
3. Морозов М.А. Маркетинговые исследования российского рынка туризма// Маркетинг в России и за рубежом. 1998. № 5. С. 50-64.
4. Морозова Н.С. Экономические аспекты управления туризмом в условиях мирового финансово-экономического кризиса// Современные проблемы сервиса и туризма. 2009. №2. С. 52-55.
5. Петров А.Н. Методология выработки стратегии развития предприятия / А. Н. Петров; Санкт-Петербург. ун-т экономики и финансов. - СПб. - Изд-во Санкт-Петербург. ун-та экономики и финансов, 1992. – 127 с.
6. Плетнёв Д.А., Степанов Е.А., Буй Н.Х., Козлова Е.В., Наумова К.А., Казадаев М.С. Факторы формирования и реализации стратегий компаний в условиях 2022 года// Вестник Челябинского государственного университета. 2022. № 4 (462). С. 90-101.

7. Туризм в эпоху экономического кризиса: как изменилась индустрия во время пандемии. Ревизор.ru. URL: <https://rewizor.ru/society/stati/turizm-v-epohu-ekonomicheskogo-krizisa-kak-izmenilas-industriya-vo-vremya-pandemii/>.
8. Официальный сайт Росстата. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm>.

Прохорова Татьяна Александровна,

Магистрант АНО АО «Российский новый университет»

e-mail: 9266549170@mail.ru

SPIN-код: 3200-6197

Научный руководитель:

Морозов Михаил Анатольевич,

д.э.н., профессор, АНО ВО «Российский новый университет»

e-mail: mmorozov@bk.ru

SPIN-код: 7557-1585

ORCID: [0000-0002-6693-9884](https://orcid.org/0000-0002-6693-9884)

Устойчивое развитие как ключевой тренд туризма

Аннотация: В статье рассмотрены основные тенденции развития мирового сообщества, в том числе глобализационные, направленные на формирование устойчивого развития, переход на зеленые технологии и другие. Индустрия туризма, являясь частью мировой экономики, испытывает аналогичные тенденции, причем некоторые из них более ярко выражены по сравнению с другими сферами деятельности. Показано, что концепции устойчивого развития и зеленой экономики начинают внедряться в сфере туризма и гостеприимства.

Ключевые слова: туризм; индустрия туризма; устойчивое развитие; зеленая экономика; ESG

Fedulova L.A.

Sustainable development as a key tourism trend

Annotation: The article examines the main trends in the development of the world community, including globalization, aimed at creating sustainable development, the transition to green technologies and others. The tourism industry, as part of the global economy, will experience similar trends, some more pronounced than other industries. It is shown that the concepts of sustainable development and green economy are beginning to be implemented in the field of tourism and hospitality.

Keywords: tourism; tourism industry; sustainable development; green economy; ESG

В последнее время развитию индустрии туризма и гостеприимства уделяется всё больше внимание со стороны государства, т.к. туризм рассматривается как важный драйвер регионального развития. Туристская деятельность способствует развитию смежных областей, которые участвуют в формировании туристского продукта и других услуг, необходимых туристу во время путешествия, включая банковский, медицинские и другие услуги [2]. Кроме того, туризм выполняет важную социальную функцию, предоставляя возможности знакомства с богатым культурно-историческим наследием

страны, обеспечивая поддержание здоровья населения страны, включая детей и молодежь [3, 4].

Развитие туризма, в первую очередь, происходит под влиянием глобальных и национальных социально-экономических трендов, которые задают вектор направления туристской деятельности. Однако последнее время на развитие российской экономики, включая туризм, оказывают влияние негативные внешние факторы, в том числе пандемия коронавируса, ухудшение геополитической ситуации, дестабилизация финансово-экономической ситуации в мире и другие,

ущерб от которых достаточно ощутим [8]. Для их преодоления многие предприятия туристской индустрии разрабатывают стратегии антикризисного управления, которые позволяют в определенной степени нивелировать эти негативные факторы [6].

К ключевым трендам, влияющим на развитие российской экономики, включая туризм, следует отнести [1]:

- глобализацию мировой экономики, которая несколько замедлилась в последний период;

- следование принципам устойчивого развития и появление концепций устойчивого развития стран, отраслей;

- постепенный переход мировой экономики на принципы зелёной экономики;

- внедрение цифровых технологий в экономику и её цифровизация.

Следует отметить, что появление теорий устойчивого развития и зеленой экономики связано с обостряющимися глобальными экологическими проблемами, а также социальными проблемами, включая изменение климата, загрязнение окружающей среды, перенаселение планеты, рост безработицы и др. [7]. Основной целью концепции устойчивого развития и зеленой экономики является сохранение мировой среды обитания и благополучия населения путём эффективного использования природных ресурсов, а также возвращение продуктов конечного пользования в производственный цикл.

Основными принципами устойчивого развития и зелёной экономики являются:

- эффективность и достаточность использования природных ресурсов будет ограничено

до уровня, который считается безвредным для природной системы.

- благополучие - поддержание достойного уровня жизни населения мира,
- эффективное управление – все управленческие процессы должны быть прозрачны и подотчётны, ответственность за вред, нанесенный окружающей среде, распределяется между странами пропорционально их воздействию.
- инвестирование странами средств в восстановление экологии и сохранения окружающей среды.

Эти принципы стали основой развития многих концепций, которые активно применяются в туристском бизнесе, например, концепция ESG или концепция устойчивого туризма. Появляющаяся тенденция в спросе на туристские услуги характеризуется тем, что все больше путешественников хотят пользоваться услугами, отвечающими экологическим требованиям зеленой экономики [5].

Концепция устойчивого развития находит также своё отражение и в развитии туризма. Многие страны активно разрабатывают и внедряют концепции устойчивого туризма, которые охватывают социальную, экономическую и экологическую составляющие. В основе этой концепции лежит идея того, что туризм должен не просто не приносить вред упомянутым выше трём сферам, но и способствовать решению социальных, экономических и экологических проблем. Предприятия индустрии туризма должны

использовать возобновляемые источники энергии, при организации туризма должно учитываться мнение населения, проживающего на этой территории, туризм должен создавать большое количество рабочих мест, решая проблемы безработицы, а доходы от туризма должны быть перенаправлены на развитие сферы образования, здравоохранения.

Переход к устойчивому развитию и зелёной экономике не происходит одномоментно, это продолжительный и постепенный процесс. Многие страны разрабатывают концепции, отвечающие принципам устойчивого развития и зелёной экономики. Следует отметить концепцию ESG, которую активно внедряют различные страны по всему миру.

Концепция ESG – модель развития бизнеса, основанная на осознанном отношении к окружающей среде (E-ecology), высокой социальной ответственности (S-social) и качественном корпоративном управлении (G-government) (рис.1) [].

Таким образом, в настоящее время под влиянием многообразных факторов формируются новые глобальные экономические тренды, постепенно меняющие жизнь человечества. Основными трендами экономики сегодня являются: глобализация человечества, развитие экономики с учетом принципов устойчивого развития и зелёной экономики. Индустрия туризма готова постепенно внедрять технологии зеленой экономики и реализует принципы социальной ответственности бизнеса.

Литература:

1. Концепция эффективного предпринимательства в сфере новых решений, проектов и гипотез. Монография (3-е издание). М. – Дашков и К. - 2021. -641 с.
2. Методологические и практические аспекты маркетингового управления продвижением курортных территорий РФ. Монография. Архангельск, 2017.- 181 с.
3. Морозов М. В России у детского туризма социальный статус //Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2004. № 1. С. 26-30.
4. Морозов М.А. Маркетинговые исследования российского рынка туризма// Маркетинг в России и за рубежом. 1998. № 5. С. 50-64.
5. Морозов М.А., Морозова Н.С., Зворыкина Т.И. Новые требования к качеству туристских услуг в современных реалиях// Стандарты и качество. 2020. № 8. С. 104-108.
6. Морозов М.М. Антикризисный менеджмент в индустрии туризма// Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2020. Т. 6. № 4. С. 19-27.
7. Морозов М.М., Морозова Н.С. Социальная и экологическая ответственность туристского бизнеса// Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. 2018. № 2. С. 39-43.
8. Развитие предпринимательства: инновации, технологии, инвестиции. Монография (2-е издание). М. – Дашков и К. - 2021. -352 с.

Федулова Лилия Андреевна,

Магистрант АНО ВО «Российский новый университет»

e-mail: fedulovaaa@bk.ru

Научный руководитель:

Морозов Михаил Михайлович,

к.э.н., доцент, доцент кафедры туризма и гостиничного бизнеса АНО ВО «Российский

Новый Университет»
e-mail: m.morozov@bk.ru
SPIN: 3818-8502
ORCID: 0009-0009-7860-4246

Формирование бренда туристской дестинации на примере Ферганской области

Аннотация: В статье рассмотрены вопросы формирования туристического бренда одного из самых привлекательных регионов Узбекистана – Ферганской области. Показано, что богатство и уникальность культурно-исторических и других туристских ресурсов этой дестинации позволяет развивать различные виды туризма и активно формировать привлекательный бренд. Создание туристического бренда территории представляет достаточно сложную и долгосрочную процедуру, и в статье предлагаются конкретные мероприятия по созданию бренда Ферганского региона как туристской дестинации.

Ключевые слова: туризм; туристская индустрия; туристская дестинация; бренд; Ферганская область; привлекательность

Korshunov N.E.

Development of attractive types of tourism as a tool for import substitution

Annotation: The article discusses the issues of forming a tourism brand of one of the most attractive regions of Uzbekistan - the Fergana region. It is shown that the richness and uniqueness of the cultural, historical and other tourist resources of this destination allows the development of various types of tourism and the active formation of an attractive brand. Creating a tourist brand of a territory is a rather complex and long-term procedure, and the article proposes specific measures to create a brand of the Fergana region as a tourist destination.

Keywords: tourism; tourism industry; tourist destination; brand; Fergana region; attractiveness

Ферганская область является привлекательным и самобытным регионом, которому для дальнейшего развития необходим отличный имидж и узнаваемый бренд, созданный на базе его потенциалов и преимуществ, выделяющий эту дестинацию из всего многообразия других мест [7]. В качестве целевой аудитории создания бренда

территории мы выделили местное население, туристов, бизнесменов и потенциальных инвесторов. При этом необходимо учитывать то, что существуют различные виды туризма, которые также надо учитывать при продвижении туристской дестинации, например, особой популярностью пользуется семейный и детский туризм

[3]. *Формируя брендинг дестинации, важно использовать максимально все каналы для более широкого охвата целевой аудитории [1]. Грамотная работа с целевой аудиторией очень быстро приведет к успеху и позитивному продвижению бренда. Кампания по продвижению бренда должна опираться на привлечение блогеров и на продвижение таргетированной рекламы в социальных сетях.*

Для продвижения туристического бренда Ферганской области мы предлагаем рекомендации, основанные на:

- созданию позитивного образа и постоянное его усиление;
- позиционировании дестинации как привлекательного объекта для потенциальных инвесторов;
- работе с местными жителями;
- привлечении большого количества туристов;
- привлечении нематериальных ресурсов.

К работе по созданию и продвижению бренда нужно подключать маркетологов, которые смогут представить регион с более выигрышного ракурса [2]. Маркетинг развития бренда должен соответствовать правилам:

1. Строить бренд с опорой на его уникальность и культурно-исторический потенциал.
2. Бренд должен легко восприниматься потребительской аудиторией.
3. Бренд подчеркивает своеобразие и уникальность территории региона.

Создание брендинга Ферганской области сделает его местом, в которое люди захотят вернуться. Брендинг

Ферганской области необходимо проводить с опорой на следующие особенности:

- культурно-исторические памятники;
- особенности климата, природы;
- местные традиции и уклад;
- уникальные, сохраненные ремесла.

Необходимо привлечь как можно больше инвесторов, которые помогут сформировать инфраструктуру региона усилят ее конкурентоспособность и знаковые особенности. Предприниматели, бизнесмены и инвесторы вносят существенный вклад в развитие региона как финансового центра, помогают в развитии отраслей промышленности, сельского хозяйства и инфраструктуры [5]. Инвестиции, которые следует привлекать в регион, могут быть как краткосрочные, так и долгосрочные, что усилит эффективность стратегии развития территории.

Для продвижения бренда Ферганской области с позиции туристического бренда мы предлагаем следующие рекомендации:

1. Активно участвовать в туристических и других выставках. К примеру, можно поучаствовать в международных туристических выставках.

Стоит посетить туристическую выставку АITF 2024, которая должна пройти в Баку с 3 по 5 апреля 2024 года. Выставка АITF является знаковым событием на интенсивно развивающемся рынке в сфере туризма Азербайджана, ежегодно на выставке собирают на одной площадке огромное число участников и посетителей с разных стран мира. АITF по праву имеет статус ведущей международной выставки Кавказского региона, представляет собой отражение современного туристского рынка региона,

предоставляя платформу для азербайджанских и зарубежных экспертов, которые делятся последними тенденциями в сфере путешествий, различного типа туризма, и эксклюзивного отдыха [6].

Также стоит принять участие в выставке в своем родном государстве в Узбекистане в Ташкенте, которая пройдет с 16 по 18 апреля 2024 UITM 2024. На выставке будут представлены основные разделы UITM 2024, такие, как международный туризм, медицинский и оздоровительный туризм, MICE - деловой туризм. К участию приглашаются все желающие специалисты и организации, работающие в сфере туризма и близких с ней отраслях, туроператоры и туристические агентства, авиакомпании и компании, занимающиеся авиаперевозками, поставщики гостиничных услуг, IT-разработчики и IT-провайдеры в сфере туризма. Необходимо заранее зарегистрироваться и забронировать стенд и стать участником глобального туристического события в Узбекистане.

Можно принять участие в выставке IMEX Frankfurt 2024 с 14-16 мая 2024 года. Международная выставка бизнеса, туризма, путешествий, встреч и мероприятий Worldwide Exhibition for Incentive Travel, Meetings and Events (IMEX Frankfurt). Тематика мероприятия: «Целенаправленные встречи - как их планировать с более глубоким смыслом и пониманием».

Также ожидается выставка Taipei Tourism Expo 2024, которая проводится с 31 мая по 3 июня в городе Тайбэй, Тайвань. Основные тематические направления: Отдых, Путешествия, Туризм, Деловой туризм, Гостиницы, Места отдыха, Организация турпоездов, Экономика туризма. Список участников Taipei Tourism Expo 2024 размещается на

официальном сайте выставки. Деловая программа Taipei Tourism Expo 2024 публикуется ближе к началу события [6].

Участие в выставках позволит представить и продемонстрировать привлекательность региона определенным группам потребительской аудитории. Причем важна презентация, раздаточный материал и сувенирная продукция. Необходимо иметь стенд, оформленный с использованием рекламных атрибутов - надпись на фризе стенда, монитор для демонстрации рекламных роликов и другое. Программы международных выставок обычно предлагают конференции, презентации, дискуссии, образовательные семинары. Лидеры рынка и отраслевые эксперты рассказывают о трендах индустрии туризма и оказания услуг, делятся прогнозами и опытом развития бизнеса. На выставках можно найти партнеров и презентовать свой продукт или услуги.

2. Рекламное продвижение туристического бренда Ферганской области для увеличения потока въездного и внутреннего туризма. Есть много современных способов рекламы от наружной до скрытой рекламы в социальных сетях, необходимо распространять информацию о Ферганской области как о привлекательной дестинации. Следует подчеркнуть, что необходимо учитывать изменение требований к технологиям продвижения, которые формируются у туристов в последнее время [4]. Целесообразно активнее использовать цифровые технологии продвижения, привлекать блогеров и других лиц для создания контента на Youtube, Facebook, Telegram.

3. Разработать визуальные логотипы бренда Ферганской области и наладить производство продукции с этой символикой. Буклеты, брошюры и

путеводители выдерживать в одном стиле. Производить сувенирную продукцию майки, значки, канцелярские принадлежности, кружки. Сделать так, чтобы эта продукция была доступной для желающих и продавалась во многих туристических точках. В этом же стиле необходимо выполнить оформление всех информационно-коммуникационных площадок, используемых для продвижения Ферганской области.

4. Привлечь местное население через социальные сети, проголосовать за варианты визуальных логотипов. Население будет чувствовать, что с его мнением и желаниями считаются, и это приведет к росту лояльности населения к местным властям, ко всем событиям и проектам, проводимым в регионе.

5. Проводить и поддерживать региональные фестивали и другие мероприятия, проводимые в Ферганской области. К примеру, можно провести в области гастрономический фестиваль или день одного из городов области. Пригласить поучаствовать в мероприятии всех местных жителей и местных предпринимателей, пригласить в качестве гостей блогеров и туристов, приехавших в Ферганскую область.

6. Увеличить количество мест, локаций и производства продукции с разработанным логотипом бренда Ферганской области. Можно создать линейку одежды и аксессуаров, используя шелковые ткани и уникальные орнаменты, которыми известен регион.

7. Популяризировать отдельные туристические локации региона, такие как горный курорт «Хамзаабат», Голубое озеро, селение Чимион, известные минеральными источниками. Сделать их

доступными для туристов и всех желающих. Развивать интерес к региону с помощью проведения розыгрышей путевок. Создавать видеоролики, отражающие красоту и уникальность Ферганской области.

8. Брендирование Ферганской области визуальным логотипом бренда региона, население должно видеть логотип бренда на улицах городов, на общественном транспорте, на автобусных остановках, вокзалах, в аэропорту.

Таким образом, разработка бренда территории сложный процесс, который требует основательной подготовки и продвижения, вложения значительных средств и усилий. Бренд дестинации обуславливает социально-экономическое развитие территории, выступая стратегическим драйвером ее развития. При создании и продвижении брендинга территории важно понимать, что выделяются различные группы целевой аудитории, которые отличаются и требуют индивидуального подхода. Средства массовой информации занимают особое место в формировании продвижения бренда территории. В качестве рекомендаций для продвижения туристического бренда Ферганской области мы предлагаем использовать как традиционные, так и инновационные медиа, участвовать в выставках и представлять привлекательность дестинации, привлекать местное население к проводимым в регионе мероприятиям, популяризировать отдельные туристические локации региона, визуализировать бренд Ферганской области, население должно видеть логотип бренда своих городах.

Литература:

1. Методологические и практические аспекты маркетингового управления продвижением курортных территорий РФ. Монография. Архангельск, 2017.- 181 с.

2. Морозов М.А. Маркетинговые исследования российского рынка туризма// Маркетинг в России и за рубежом. 1998. № 5. С. 50-64.
3. Морозов М. В России у детского туризма социальный статус //Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2004. № 1. С. 26-30.
4. Морозов М.А., Морозова Н.С., Зворыкина Т.И. Новые требования к качеству туристских услуг в современных реалиях// Стандарты и качество. 2020. № 8. С. 104-108.
5. Развитие предпринимательства: инновации, технологии, инвестиции. Монография (2-е издание). М. – Дашков и К. - 2021. -352 с.
6. Мероприятия в категории Туризм 2024-2025. [Электронный ресурс]. URL: - <https://worldexpo.pro/aitf> (дата обращения 24.01.2024).
7. Управление туризма и культурного наследия Ферганской области [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.ferganatourism.uz/obshchiye-svedeniya> (дата обращения: 18.12.2023).

Коршунов Никита Евгеньевич,
Студент АНО ВО «Российский Новый Университет»
e-mail: korshunov-19@inbox.ru

Научный руководитель
Морозов Михаил Михайлович,
к.э.н., доцент, доцент кафедры туризма и гостиничного дела АНО ВО «Российский Новый
Университет»
e-mail: m.morozov@bk.ru
SPIN: 3818-8502
ORCID: 0009-0009-7860-4246

Международный опыт и специфика проектирования гастрономических туров

***Аннотация:** В статье рассматривается международный опыт гастрономического туризма и пути его продвижения, некоторые из которых можно успешно применять для развития гастрономического туризма в России. Описаны особенности проектирования гастрономических туров, особое внимание уделяется безопасности туристов не только в окружающей его среде, но и в плане его физиологического здоровья. Рассматривается привлекательность для иностранных туристов русской многообразной кухни, что может успешно повлиять на имидж страны и продемонстрировать уникальность российских регионов.*

***Ключевые слова:** гастрономический туризм; зарубежный опыт; особенности проектирования; безопасность туриста; местный бизнес*

Khafizova A.Yu.

International experience and specifics of designing gastronomic tours

***Annotation:** The article discusses the international experience of gastronomic tourism and ways of its promotion, some of which can be successfully applied for the development of gastronomic tourism in Russia. The features of designing gastronomic tours are described, special attention is paid to the safety of tourists not only in their environment, but also in terms of their physiological health. The attractiveness of Russian diverse cuisine for foreign tourists is considered, which can successfully influence the image of the country and demonstrate the uniqueness of Russian regions.*

***Keywords:** gastronomic tourism; foreign experience; design features; tourist safety; local business*

Гастрономический туризм является одной из популярных мотиваций путешествий. Он вызывает любопытство среди туристов, привлекая их со всего мира, так как гастрономический туризм позволяет познакомиться с новыми культурами, традициями и кухонными особенностями различных стран, получить уникальный опыт через пробу и

знакомство с местной едой, напитками, особенностями и традициями их потребления.

Зарубежный опыт в гастрономических турах позволяет нам перенять его более успешно и развить свой уникальный гастрономический туризм, используя успешные методы и приемы, не забывая про безопасность

туриста, которая так важна и в гастрономии. Однако, данный вид туризма позволяет не только повышать привлекательность российских регионов, но и развивать местный бизнес [6].

Зарубежный опыт

Многие страны по всему миру осознали потенциал гастрономического туризма и активно развивают его, привлекая туристов своей уникальной кухней и гастрономическими традициями. Несколько примеров успешной реализации гастрономического туризма в других странах могут служить вдохновением и примером для других стран, стремящихся развить эту сферу деятельности [1].

Италия со своей многообразной и изысканной кухней является одной из передовых стран в гастрономическом туризме. Наибольший интерес вызывают уникальные продукты и блюда, например, сыр Пармезан из Пармы, оливковое масло из Тосканы, паста из Неаполя, которые положены в основу создания гастрономических туристских продуктов. Франция, известная своей изысканной кухней и высокими стандартами в обслуживании, является другим примером успешного развития гастрономического туризма. Здесь туристы могут насладиться вкусами классической французской кухни, посетить знаменитые рестораны со звездами Мишлен и побывать на фестивалях пищевой культуры. В 2010 году «гастрономическая трапеза французов» вошла в список нематериального культурного наследия ЮНЕСКО. Разумеется, французская кухня – это весьма многогранное понятие. Винный и гастрономический туризм во Франции развит практически во всех регионах, причем, каждый из них имеет свои собственные кулинарные традиции и особенные блюда. В Китае же каждый

регион известен своими уникальными блюдами и ингредиентами, особенно экзотическими. Приведем несколько примеров китайских кухонь, которые очень сильно отличаются друг от друга [3].

Фуцзянская кухня, или кухня Мин, она достаточно разнопланова: способы приготовления блюд напрямую зависят от местоположения в регионе. Однако, в основном отдается предпочтение кисло-сладкому вкусу, а ещё остроте: красный перец и горчица. Способы готовки в основном жарка и тушение, а самые популярные блюда это Вонтоны Жоуянь, Утка Цзянмуня и многое другое.

Кухня Чжэ - яркий представитель южной гастрономии Китая, который имеет несколько подвидов и отличается от кухни Фуцзянской. Здесь акцент делается на морепродукты, нежирные бульоны, легкость блюд, которые можно смело отнести к диетической еде. Также здесь важна эстетика блюд и естественный вкус ингредиентов. К основным блюдам относятся жареная рыба в кисло-сладком соусе, жареные креветки с чаем, сельдь на пару и т. д.

Аньхойская кухня или другое название кухня Хуэй, в этом регионе пища имеет растительное происхождение и наблюдается тенденция в готовке с сохранением естественности вкуса продуктов. Здесь популярный вид готовки – это различные способы тушения. Основные блюда: мясное рагу с овощами, креветки, соевый творог [2].

И это только малая часть разновидностей китайских кухонь. Однако, как влияние зарубежного опыта может помочь в развитии гастрономического туризма в России?

Во-первых, мы можем перенять положительный опыт и популяризировать блюда из русской кухни по всему миру, что сгенерирует дополнительный поток

туристов, даст доход и развитие регионов, а также будет способствовать созданию позитивного имиджа страны на международном уровне. Во-вторых, грамотный подход к созданию гастрономических туров по разным регионам России поможет создать в стране дополнительные рабочие места, повысить уровень жизни, а также поддерживать местный рынок предпринимателей, связанных с общественным питанием и поставкой продуктов (открытие ресторанов, кафе, поддержка местных фермеров).

Почему же это так важно и в какой-то степени так необходимо для России?

Это важно для развития экономики и условий жизни местного населения, а также для продвижения нематериального наследия страны, ведь Россия богата своей культурой и традициями не только в архитектуре, искусстве и других аспектах, но также и в гастрономии [5]. Нам есть что предложить для международного рынка, есть чем удивить, так как наша страна многонациональна и уникальна своими вкусовыми предпочтениями [4]. Яркими примерами является: татарская кухня (популярные блюда: эчпочмак, чак-чак, бешбармак, талкыш и т.д.), бурятская кухня (популярные блюда: буузы, шулэн, омуль, урмэ и т.д.), якутская кухня (популярные блюда: бутугас, чохоочу, сэлиэйдээх мин, ойогос и др.), карельская кухня (популярные блюда: калитки, калакейтто, пироги-рыбники, пареная брусника и т.д.). И таких примеров можно привести бесчисленное множество. Изучение опыта и адаптация зарубежных методик и инноваций в области гастрономического туризма для России поможет создать уникальные и привлекательные туристские предложения для разной категории туристов, активизировать продвижение своего кулинарного

наследия.

Особенности проектирования гастрономических туров

Проектирование гастрономического тура требует тщательной подготовки и учета ряда особенностей, к которым относятся следующие:

1) исследование местного гастрономического рынка для выявления особенностей и интересных вкусовых тенденций, которые мы можем предложить туристу в данной местности (город, регион и т. д.),

2) следующий фактор раскрывается постепенно, но он тоже немаловажен, его мы можем описать следующим образом. Какой уникальный опыт может получить турист с помощью гастрономического туризма? Это более тесное знакомство с культурой потребления пищи в той или иной стране, посещение мастер-классов по приготовлению блюд, получение информации о том, какие продукты и блюда кушают люди среднего достатка, выше среднего и низшего, какие продукты дешевые, а какие наоборот дорогие. Удивительно, но через все эти факторы турист получает информацию и некий уникальный опыт, обращая внимания на различия в культуре потребления пищи,

в) для уникального гастрономического тура важно взаимодействовать с местными поставщиками продуктов питания и производителями, ведь таким образом раскрывается идентичность и повышается привлекательность туристской дестинации для туриста. Например, рыбу фугу можно попробовать только в Японии, что делает эту страну привлекательнее с точки зрения экзотической рыбы и способа её приготовления. Это помогает процветанию местного

предпринимательства и развитию экономики этой дестинации,

г) вероисповедание очень важно учитывать при разработке и продвижении гастрономических туров, так как некоторые религиозные правила не позволяют употреблять в пищу ряд продуктов, которые, например могут находиться в той стране, куда захочет отправиться турист. поэтому важно обговаривать данный пункт и предлагать альтернативу для туриста,

д) также важна безопасность гастрономического тура, однако об этом мало кто задумывается, потому что, когда мы слышим прекрасное словосочетание «гастрономический туризм», у нас сразу возникают представления и ожидания о том, сколько разных, вкусных и необычных блюд можно попробовать. Однако, безопасность очень важна, так как пищевое расстройство может привести неприятным последствиям, например: вызвать аллергическую реакцию, диарею, отравление и многое другое, поэтому, чтобы избежать этих неприятностей, важно проинформировать туриста об особенностях местной кухни. Стоит заранее обсудить с туристом его обычный рацион питания и порекомендовать обязательно обратиться к врачу перед отправлением в гастрономическое путешествие. Делается

это для того, чтобы по максимуму избежать неприятных ситуаций, связанных со здоровьем путешественника, и естественно следует напомнить про то, что соблюдение элементарных правил гигиены перед едой поможет предотвратить часть проблем, но будет лучше, если после обращения к врачу, путешественник соберет свою индивидуальную аптечку для гастрономического туризма [7].

Зарубежный опыт и особенности проектирования гастрономических туров демонстрируют то, насколько важны вышеперечисленные факторы для продвижения и привлечения туристов, а также каких высот можно достигнуть в успешном проектировании гастрономических туров, ведь это в разы глубже, чем просто проба блюд, которых нет на родине туриста. У России есть огромный потенциал для развития гастрономического туризма, более того, наша кухня настолько богата, что при грамотном продвижении российских гастрономических дестинаций мы сможем уверенно занимать высокие позиции на международном туристском рынке, повышать экономическую отдачу от туризма для разных регионов нашей страны.

Литература:

1. Глобов К. С. Обзор международного опыта в развитии гастрономического туризма URL: https://www.researchgate.net/publication/338502038_obzor_mezdunarodnogo_opyta_v_r_azvitiu_gastronomiceskogo_turizma (дата обращения: 08.12.2023).
2. Го С. Особенности китайской национальной кухни / С. Го // Язык. Общество. Медицина: сборник материалов XXI Республиканской студенческой конференции и XVIII Республиканского научно-практического семинара, Гродно, 25 ноября 2021 года. – Гродно: Гродненский государственный медицинский университет, 2021. – С. 147–149.
3. Ильясова Р. Р. Масалова О. А. Гастрономический туризм как фактор продвижения традиционной культуры Китая // Казанский вестник молодых учёных. – 2022. – Т. 6. – № 4. – С. 43–52.

4. Куткина М. Н. Русская кухня. Из глубины веков и до наших дней/ М. Н. Куткина, С. А. Елисеева. – 2-е изд., перераб. и доп. – Санкт-Петербург: Лань, 2023. – 468с.
5. Морозов М.А. Маркетинговые исследования российского рынка туризма// Маркетинг в России и за рубежом. 1998. № 5. С. 50-64.
6. Развитие предпринимательства: инновации, технологии, инвестиции. Монография (2-е издание). - М., Дашков и К., 2021. - 352 с.
7. Электронный ресурс: журнал «Russ Pass», статья: «Все, что стоит знать о питании в путешествиях». URL: https://mag.russpass.ru/rubric/instrukcii/vse-cto-stoit-znat-o-pitanii-v-puteshestviyah?utm_source=telegram&utm_medium=russpassmag (дата обращения: 10.12.2023).

Хафизова Анастасия Юрьевна,
Бакалавр АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: nikstasiy@mail.ru
ORCID: 0009-0007-8100-8918

Научный руководитель:
Морозова Наталья Степановна,
д.э.н., профессор, АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: sks@rosnou.ru
SPIN: 5293-6600
ORCID:0000-0002-6491-363X

Анализ российского рынка спортивных услуг

***Аннотация:** В современном обществе спорт играет значительную роль как в физическом, так и в социальном аспектах. Россия не является исключением, и спортивные услуги имеют большое значение для здоровья нации, а также для развития спортивной индустрии в стране. С учетом актуальности данной темы и ее влияния на общество, проведение анализа текущего состояния рынка спортивных услуг в России является важной задачей. Данное исследование позволит выявить основные тенденции развития рынка, оценить его структуру и долю различных сегментов, а также исследовать факторы, влияющие на спрос и предложение спортивных услуг.*

***Ключевые слова:** спорт; сфера услуг; рынок; анализ; показатели*

Andreev R.S.

Analysis of the Russian market of sports services

***Annotation:** In modern society, sport plays a significant role in both physical and social aspects. Russia is no exception, and sports services are of great importance for the health of the nation, as well as for the development of the sports industry in the country. Given the relevance of this topic and its impact on society, analyzing the current state of the sports services market in Russia is an important task. This study will reveal the main trends in the market development, assess its structure and the share of different segments, and investigate the factors affecting the demand and supply of sports services.*

***Keywords:** sport; services; market; analysis; indicators*

Сфера спортивных услуг представляет собой огромный и разнообразный сегмент рынка, который предлагает широкий спектр услуг для здоровья, фитнеса и активного образа жизни. В сферу спортивных услуг входит множество видов деятельности, начиная от фитнес-клубов и тренажерных залов, заканчивая спортивными мероприятиями и тренировками. Рынок спортивных услуг также тесно связан с развитием спортивного туризма [1].

К основным видам спортивных

услуг можно отнести:

- проведение физкультурных и спортивных занятий,
- организацию учебно-тренировочного процесса.
- проведение спортивно-зрелищных мероприятий,
- информационно-образовательные услуги в сфере физической культуры и спорта (ФКС) [3]

Структуру рынка спортивных услуг можно разделить на:

- государственный сектор

(подготовка спортсменов для сборных команд страны; целевые программы развития физической культуры и массового спорта; физическое воспитание в системе образования; услуги лечебно-оздоровительной физкультуры в рамках государственной системы здравоохранения.)

– частный (коммерческий) сектор, где производимые блага реализуются на коммерческой основе (спортивные клубы; организация спортивно-зрелищных мероприятий; фирмы спортивного шоу-бизнеса и др.)

– смешанный сектор, который включает себя организации со смешанной формой собственности.

Одной из ключевых особенностей современной индустрии спортивных услуг является то, что они не только предоставляют потребительские услуги, но также являются вложениями в

Таблица 2 - Объем платных услуг физической культуры и спорта на душу населения (рублей) [4]

2018	2019	2020	2021	2022
597.2	658.8	489.5	769.3	984.2

По данным из таблицы 1 можно сделать вывод о положительной динамике, рост более 10% ежегодно, за исключением 2020-ого, где падение объема связано с пандемией Covid-19. Даже с учётом ежегодной инфляции и повышения цен на услуги можно сделать вывод, что рост в том числе обусловлен и постепенным повышением спроса.

Также стоит отметить высокую долю услуг фитнес-центров и спортивных клубов от объема платных услуг ФСК. В 2022 году эта доля составила 44%. Такая популярность связана не только с повышением интереса населения к

человеческий капитал. Это один из основных элементов инновационной экономики как в области массового спорта, так и в области высоких достижений в спорте [2].

В области массового спорта эти вложения направлены на улучшение здоровья населения, а в области спорта высоких достижений вложения в человеческий капитал в форме нематериальных инвестиций (создание условий для развития у людей стремления к личностному росту, пробуждение и рост патриотизма), а также дополняются прямыми материальными инвестициями.

Анализ текущего состояния рынка спортивных услуг в России позволяет выявить основные тенденции, проблемы и перспективы развития данной сферы.

В последние годы в России наблюдается ежегодный рост объема платных услуг ФСК.

здоровому образу жизни, но и доступностью данного вида спортивных услуг, связанной с возросшим количеством фитнес-клубов, широким спектром и разнообразием этих услуг (фитнес, йога, пилатес и др.).

Так как сфера спортивных услуг является социально-значимой, роль государства в развитии спортивно-оздоровительных услуг остаётся ведущей и заключается в регулировании и определении основных направлений спортивно-оздоровительной деятельности. Большая часть спортивных сооружений продолжает возводиться государством и подавляющее число физкультурно-оздоровительных объектов находится в муниципальной собственности, на которую приходится 72,3% (таблица 2).

Таблица 3 - Количество физкультурно-оздоровительных объектов по форме собственности [7]

Форма собственности	Кол-во объектов (тыс. штук)
Федеральная	12,8
Субъекты РФ	46,2
Муниципальная	257,1
Иная	39,5

Общее количество спортивных сооружений также имеет ежегодную положительную динамику.

Таблица 4 Численность объектов ФСК [4]

Год	Численность физкультурно-оздоровительных объектов (тыс.)
2018	311,9
2019	322,8
2020	335,9
2021	346,2
2022	355,6

Во многом большое значение в таком росте сыграла государственная программа «Развитие физической культуры и спорта», в рамках которой за период 2018-2022 было выделено 300 млрд. рублей на строительство и реконструкцию спортивных сооружений.

Стоит отметить и проекты, реализованные с помощью механизма ГЧП. По данным Росинфра, в 2023 году на такие проекты было привлечено 20.22 млрд. рублей, в 2022 – 15.66 млрд. рублей, в 2021 – 6.69 млрд. рублей и только в 2020 году этот показатель был выше и составил 37.23 млрд. рублей [6]. Увеличение показателей государственно-частного партнёрства в развитии сферы физической культуры и спорта способствует достижению двойной цели: получение прибыли предприятием и решение социально-значимых проблем населения государством.

Также министерство спорта сообщает о высоких показателях

динамике роста количества штатных работников в сфере физической культуры и спорта: в 2018 г. – 8476 человек; в 2019 г. – 18561 человек; в 2020 г. – 2234 человек; в 2021 г. – 297 человек; в 2022 г. – 8059 человек [5].

Помимо финансирования физической культуры и спорта и строительства инфраструктуры, государством также были законодательные инициативы, поощряющие увеличения спроса на рынке спортивных услуг. Так, например, в 2021 году вступил в силу закон, согласно которому граждане могут получать налоговый вычет из расходов на занятие физкультурой и спортом.

Из значимой государственной деятельности в сфере массового спорта также стоит отметить федеральный проект «Спорт – норма жизни», являющийся частью национального проекта «Демография». В рамках проекта проводится строительство инфраструктуры, обеспечение спортивных сооружений оборудованием, проведение массовых спортивных мероприятий и испытаний комплекса «ГТО»

Что касается спроса в сфере спортивных услуг, то, по данным министерства спорта РФ, в 2023 году количество людей, систематически занимающихся спортом, достигло 53% (около 70 млн. человек).

Таблица 5 - Количество систематически занимающихся спортом [7]

Год	Количество систематически занимающихся спортом россиян (%)
2020	45,4
2021	49,4
2022	52,95

2023	53,04
------	-------

Данная статистика учитывает людей, выполняющих минимум двигательного режима (от 75 минут до 125 минут в неделю). Данные показатели лишь косвенно отражают спрос на спортивные услуги, но демонстрируют напрямую тенденцию роста интереса населения к физической активности.

Также и по данным ВЦИОМ, на 2023 год россияне имеют высокий процент вовлеченности в занятие спортом и показатели держатся на уровне пятилетней давности - 54% занимаются

спортом 1–3 раза в месяц и чаще, среди них 18% - каждый (+8 п.п. с 2013 г.) и 22% - 2–3 раза в неделю (+8 п.п. с 2013 г.) [3].

В ходе рассмотрения российского рынка спортивных услуг установлено, что сфера спортивных услуг активно развивается, чему соответствует увеличение количества объектов спортивной инфраструктуры и рост популярности занятия спортом среди населения. Также можно сделать вывод о постепенном росте и восстановлении частного сектора, который особенно пострадал в период пандемии.

Литература:

1. Морозов М.А., Морозова Н.С., Гуреева Е.А. Влияние спортивного туризма на устойчивое развитие туристских дестинаций на примере Краснодарского края//Вестник Академии знаний. 2019. № 31 (2). С. 164-174.
2. Морозов М.А., Редькин В.Н. Проблемы риск-менеджмента в силовых видах спорта на примере дисциплины стронгмен// Естественно-гуманитарные исследования. 2020. № 29 (3). С. 242-247.
3. Наука о спорте: энциклопедия систем жизнеобеспечения / Ред. Жуков А.Д. Москва: МАГИСТР-ПРЕСС, 2011 год.
4. Анализ рынка фитнеса в России в 2018-2022 гг / демоверсия отчета BusinessStat – URL: https://businessstat.ru/images/demo/fitness_russia_demo_businessstat.pdf (дата обращения: 19.01.2024).
5. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) / результаты мониторингового опроса на тему спорта, 2023 – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/sport-dlja-vsekh> (дата обращения: 19.01.2024).
6. Росинфра / ГЧП в спорте / URL: <https://rosinfra.ru/spec/gcp-v-sporte> (дата обращения: 19.01.2024).
7. Федеральная служба государственной статистики (Росстат) / платные услуги населению – URL: <https://rosstat.gov.ru/uslugi> (дата обращения: 19.01.2024).

Андреев Роман Сергеевич,
Аспирант АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: user1180@mail.ru
ORCID: 0009-0004-2191-6955

Научный руководитель:
Морозов Михаил Анатольевич,
д.э.н., профессор, АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: mmorozov@bk.ru
SPIN: 7557-1585
ORCID: 0000-0002-6693-9884

Регрессионный анализ в рамках сравнительного подхода к оценке активов предприятий строительной отрасли

***Аннотация:** Данная научная статья рассматривает сравнительный подход и сложности его применения. Приводятся точки зрения авторов относительно условий использования регрессионной модели, которая позволяет преодолеть указанные проблемы и достичь более объективной и надежной оценки на основе статистических взаимосвязей между переменными. Рассматривается применение регрессионного анализа на конкретном примере – оценке рыночной стоимости новостройки, используя информацию об аналогичных объектах. Полученные результаты подтверждают, что регрессионный анализ позволяет определить статистически значимые факторы, влияющие на стоимость активов, и прогнозировать будущие изменения на основе изменений в независимых переменных. Однако, следует учесть возможные нарушения статистических предпосылок регрессионного анализа. В конечном счете, статья представляет ценное исследование, обобщающее основные преимущества и ограничения применения регрессионного анализа в оценке активов предприятий строительной отрасли.*

***Ключевые слова:** методы оценки бизнеса; регрессионный анализ; сравнительный подход; факторы стоимости; эконометрический анализ*

Belov E.A.

Regression analysis within the framework of the comparative approach to valuation of assets of enterprises of the construction industry

***Annotation:** This research paper examines the comparative approach and the difficulties of its application. The authors' points of view are given regarding the conditions of using regression model, which allows to overcome these problems and achieve a more objective and reliable assessment based on statistical relationships between variables. The paper considers the application of regression analysis on a concrete example - the assessment of the market value of new buildings, using information about similar objects. The results obtained confirm that regression analysis allows to identify statistically significant factors affecting the value of assets and to forecast future changes based on changes in independent variables. However, possible violations of the statistical assumptions of regression analysis should be considered. Ultimately, the article presents a valuable study summarizing the main advantages and limitations of applying regression analysis in asset valuation of construction industry companies.*

Keywords: *business valuation methods; regression analysis; comparative approach; cost factors; econometric analysis*

Сравнительный подход предполагает, что стоимость активов компании будет соответствовать примерной цене продажи аналогичного предприятия на текущем сформированном рынке. Основными методами сравнительного подхода являются [1]:

- метод рынка капитала основывается на анализе цен акций или других финансовых инструментов, связанных с аналогичными компаниями в отрасли, для определения стоимости актива;
- сравнение продаж включает анализ цен активов, проданных на рынке, которые имеют аналогичные характеристики;
- метод распределения основывается на анализе статистических данных о продажах активов подобных предприятий, чтобы определить средние или типичные цены.

Однако на практике возникают трудности при использовании сравнительного подхода в оценке стоимости российских компаний. Например, уровень развития и прозрачности рынка может быть ниже, что усложняет проведение адекватной оценки и использование сравнительного подхода [2]. Ограниченная доступность и достоверность информации о компаниях также являются факторами, которые нужно учитывать. Кроме того, российские рынки могут отличаться от зарубежных

по структуре и особенностям функционирования. Национальные законодательные и регуляторные рамки могут существенно влиять на деятельность компаний и их стоимость [2].

В свете этих особенностей, специалисты в области оценки бизнеса рассматривают использование регрессионного анализа в качестве дополнительного метода. Т. Г. Касьяненко и А. С. Полоско отмечают, что при использовании регрессионного уравнения формула зависимости мультипликатора от других параметров позволяет включать в выборку компании, которые обычно исключаются из списка компаний-аналогов, тем самым, результаты оценки не искажаются [2]. А. В. Графов и С. А. Шахватава также предлагают методику, основанную на построении экономико-математических моделей с использованием регрессионного анализа. Они отмечают, что данный метод учитывает множество факторов, определяющих экономический показатель, и формулируется математическое выражение этого соотношения [2]. А. Дамодаран также упоминает регрессионный анализ в своей книге, отмечая, что он позволяет анализировать компании, имеющие отдаленное сходство с исследуемой компанией, что значительно упрощает выбор аналогов и позволяет увеличить выборку за счет более непохожих компаний [2].

Таким образом, обзор мнений указанных авторов показывает, что регрессионный анализ может быть полезным инструментом для оценки стоимости активов в рамках

сравнительного подхода. Он позволяет установить взаимосвязь между стоимостью активов и факторами, которые могут влиять на стоимость и посредством анализа и оценки коэффициентов регрессии определить, насколько каждый фактор влияет на стоимость активов. Регрессионный анализ также позволяет учесть влияние нескольких факторов одновременно и определить их относительный вклад в объяснение изменчивости стоимости активов.

Для дальнейшего исследования рассмотрим применение метода построения регрессии на конкретном примере.

Пример. Определить рыночную

Таблица 1 Объекты-аналоги

№ п/п	Цена продажи за 1 кв. м., млн. руб. (Y)	Общая площадь, млн. кв.м. (X1)	Площадь кухни, млн. кв.м. (X2)	Класс жилого дома	Расположение (X4)	Наличие балкона	Инфраструктура (X6)	Методика
ЖК Ever	0,417	0,069	0,009	2	1	1	5	1
ЖК Новая Звезда	0,304	0,057	0,011	3	1	1	3	2
ЖК Архитектор	0,427	0,074	0,008	2	1	1	5	1
ЖК Заповедный	0,371	0,065	0,012	4	2	2	5	3
ЖК Леонардо	0,458	0,07	0,009	3	1	2	4	1
ЖК Адмирал	0,369	0,059	0,008	2	2	1	3	2
ЖК Академический	0,383	0,071	0,007	3	2	2	2	2
ЖК Afi Park Воронцовский	0,403	0,076	0,012	3	2	1	3	2
ЖК Обручево	0,314	0,065	0,011	2	1	2	3	1
ЖК Счастье	0,344	0,08	0,009	4	2	2	4	3

Источник: составлено автором по материалам [3]

стоимость объекта недвижимости ГК «Основа», чтобы установить адекватную цену на него при продаже.

Объект оценки: новостройка – квартира площадью 69 кв.м., расположенная в жилом квартале VERY на Миклухо-Маклая в престижном Обручевском районе, в шаге от Юго-Западного лесопарка, в 2 минутах от новой станции метро «Университет Дружбы Народов», сдача которой запланирована в 2024 году.

По результатам исследования рынка недвижимости в этом районе была собрана информация об объектах-аналогах со следующими характеристиками (табл. 1).

Параметры качественные переведены в количественные путем оценки по шкале:

1. Класс жилого дома. Выделяем четыре категории новостроек: эконом – 1 балл, комфорт – 2 балла, бизнес – 3 балла и премиум – 4 балла. Во дворе одного ЖК будет инфраструктура для детей, в другом — все для бизнес-встреч.

2. Расположение (1 – угловая, 2 – не угловая);

3. Наличие балкона/лоджии (1 – нет, 2 – есть);

4. Инфраструктура. Речь идет о транспортной доступности, экологичности и престижности района, удаленности от центра и пр. Шкала значений будет от 1 до 5 баллов, где 5 – высокий уровень развития инфраструктуры, 1 – практически отсутствует;

5. Методика строительства, а именно материал стен дома (монолит, кирпич, панель) будут принимать значения 3, 2, 1 соответственно.

Теперь используем эти данные для построения модели регрессии и предсказания рыночной стоимости объекта оценки. Для этого факторные переменные, влияющие на результирующую переменную, примем в качестве независимых переменных, а цену объекта в качестве зависимой переменной [4].

В этом случае модель регрессии будет иметь вид [4]:

$$\text{Цена} = b_0 + b_1 * X_1 + b_2 * X_2 + b_3 * X_3 + \dots + b_n * X_n, \quad (1)$$

где: b_0, b_1, b_2, b_3, b_n – параметры модели, которые нужно оценить;

X_1, X_2, X_3, X_n – факторные переменные, влияющие на результирующую переменную.

Анализ модели проведем в программной среде Excel. Для этого в окне «Анализ данных» выбирается раздел

«Регрессия». В выпавшем окошке вводится диапазон значений зависимых переменных из столбца В в «Входной интервал Y» и диапазон всех значений из столбцов С, D, E, F, G, H, I во «Входной интервал X» (рис. 1).

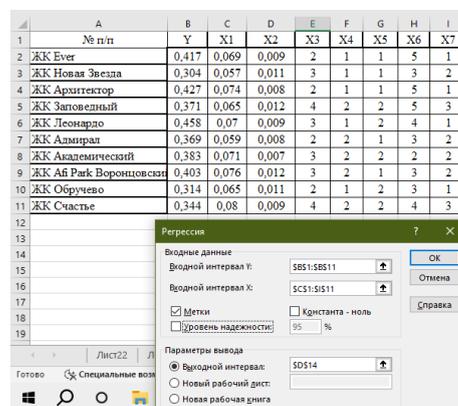


Рисунок 1 – Расчет регрессии по заданной модели

*Источник: составлено автором

Отмечается пункт «Выходной интервал» или «Новый рабочий лист» и нажимается «Ок». В результате анализ регрессии для данной задачи.

В таблице 2 приведены значения регрессионной статистики.

Таблица 2

Регрессионная статистика

Множественный R	0,998006
R-квадрат	0,996015
Нормированный R-квадрат	0,982068
Стандартная ошибка	0,006594
Наблюдения	10

Источник: рассчитано автором

По результатам модели регрессии, значение множественного коэффициента корреляции показывает сильную зависимость между переменными. Это означает, что примерно 99,6% изменчивости рыночной стоимости можно объяснить изменчивостью введенных независимых переменных. При этом ошибка предсказания модели составляет всего 0,66%.

В таблице 3 приведены значения

дисперсионного значения.

Таблица 3 Дисперсионный анализ

	df	SS	MS	F	Значимость F
Регрессия	7	0,021733	0,003105	71,41392	0,013878
Остаток	2	8,7E-05	4,35E-05		
Итого	9	0,02182			

Источник: рассчитано автором

том, что модель регрессии является статистически значимой и не случайной.

P-значение F-статистики, которое указывает на статистическую значимость модели регрессии, ниже общепринятого уровня значимости 0,05, что говорит о

Далее представим выходные данные показателей по регрессионной модели (табл. 4).

Таблица 4 Анализ коэффициентов и статистических показателей регрессионной модели

	Коэффициенты	Стандартная ошибка	t-статистика	P-Значение	Нижние 95%	Верхние 95%	Нижние 95,0%	Верхние 95,0%
Y-пересечение	0,350303	0,028203	12,42068	0,006419649	0,228954686	0,471652	0,228955	0,471652
X1	-1,81801	0,433923	-4,18971	0,052520382	-3,685035639	0,049006	-3,68504	0,049006
X2	-9,07217	1,449552	-6,2586	0,024591866	-15,30909017	-2,83525	-15,3091	-2,83525
X3	0,103821	0,008281	12,53767	0,006301534	0,068191714	0,13945	0,068192	0,13945
X4	0,142014	0,010181	13,94931	0,005099911	0,098210026	0,185818	0,09821	0,185818
X5	-0,04203	0,005715	-7,35382	0,017994001	-0,066614674	0,01744	-0,06661	0,01744
X6	0,028499	0,002507	11,36591	0,00765217	0,017710636	0,039288	0,017711	0,039288
X7	-0,16979	0,010219	-16,6145	0,003603097	-0,213761033	-0,12582	-0,21376	-0,12582

Источник: рассчитано автором

Из данных анализа видно, что все факторы имеют статистически значимое влияние на стоимость цены за 1 кв. метр, так как все Р-значения меньше 0,05. Однако, для определения факторов с наиболее сильным влиянием, можно обратиться к коэффициентам регрессии. В данном случае, площадь кухни имеет самое сильное отрицательное влияние, что может быть объяснено потому, что более большая площадь кухни, может быть, не востребована или не представлять большую ценность для покупателей. Методика строительства также имеет отрицательное влияние, возможно, потому что от того, какой материал будет был использован, зависит тепло- и шумоизоляция. С другой стороны, расположение и общая площадь

имеют положительное влияние, так как они могут быть важными факторами для покупателей и определять ценность недвижимости.

Остальные факторы также имеют статистически значимое влияние на стоимость, но их влияние не так сильно.

Далее собираем из округленных данных, представленных выше на листе табличного процессора Excel, уравнение регрессии:

$$Y = 0,81801 \times X_1 - 9,0717 \times X_2 + 0,103821 \times X_3 + 0,142014 \times X_4 - 0,04203 \times X_5 + 0,028499 \times X_6 - 0,16979 \times X_7 + 0,350303, \quad (2)$$

Данные для ГК «Основа» представлены в таблице 5.

Таблица 5 Исходные данные по объекту оценки ГК «Основа»

Общая площадь, млн. кв.м. (X1)	Площадь кухни, млн. кв.м. (X2)	Класс жилого дома (X3)	Расположение (X4)	Наличие балкона (X5)	Инфраструктура (X6)	Методика строительства (X7)
0,069	0,011	2	2	2	5	2

Источник: составлено автором

Подставив данные по объекту, получим $y = 0,3356$ млн. руб. за 1 кв. м.

Следовательно, в результате регрессионного анализа в рамках сравнительного подхода была определена рыночная стоимость 3-комнатной квартиры площадью 69 кв.м., расположенная в жилом квартале VERY на Миклухо-Маклая в престижном Обручевском районе, в размере 0,3356 млн. руб. за 1 кв. м. или в целом стоимость

продажи 23,15 млн. руб.

Таким образом, использование уравнения регрессии позволило принять обоснованное решение относительно определения экономически целесообразной стоимости объекта недвижимости.

Таким образом, сравнительный подход к оценке активов предприятий строительной отрасли может быть дополнен регрессионным анализом, чтобы получить более точную и обоснованную оценку стоимости активов

на основе взаимосвязи с факторами, влияющими на эти активы. Преимущества применения регрессионного анализа в рамках сравнительного подхода к оценке активов предприятий строительной отрасли:

- обоснованность оценки на основе статистических зависимостей между переменными, что позволяет сделать оценку более объективной и надежной;

- позволяет определить, какие из факторов имеют статистически значимое влияние на стоимость активов предприятий строительной отрасли, что помогает понять, какие факторы следует учитывать при оценке активов;

- прогнозирование будущих изменений стоимости активов на основе изменений в независимых переменных.

Недостатки применения регрессионного анализа в рамках сравнительного подхода к оценке активов предприятий строительной отрасли:

- регрессионный анализ предполагает, что между переменными существует линейная зависимость и отсутствует мультиколлинеарность, гетероскедастичность и автокорреляция ошибок, вследствие чего результаты регрессионного анализа могут быть недостоверными;

- точность оценки стоимости активов зависит от качества данных и размера выборки;

- нельзя однозначно сказать, что изменение независимой переменной приводит к изменению зависимой переменной.

В целом, регрессионный анализ является мощным инструментом в сравнительном подходе к оценке активов предприятий строительной отрасли. Однако, необходимо тщательно учитывать предположения модели и качество данных для достижения точных и достоверных результатов.

Литература:

1. Белов Е.А., Морозова Н.С. Методический инструментарий оценки стоимости активов предприятия в современных условиях // «Развитие современной науки и технологий в условиях трансформационных процессов», (2023, Москва) / Сборник материалов VIII Международной научно-практической конференции – Санкт-Петербург: Изд-во «Печатный цех», 2023. С. 506-511. EDN: DAOZSH
2. Артемова И.И., Хряпова А.П., Репникова В. М. Применение методов компаний-аналогов и регрессионного анализа для оценки стоимости бизнеса российских компаний // Человеческий капитал и профессиональное образование. 2022. №2 (40). С. 18-27. EDN: UTBDSC
3. Циан – база недвижимости в Москве и Московской области [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cian.ru/> (дата обращения: 18.12.2023).
4. Федотова, В.С. Моделирование ценообразования объекта недвижимости методом многофакторного корреляционно-регрессионного анализа в MS Excel // Землеустройство, кадастр недвижимости и мониторинг земельных ресурсов: материалы международной научно-практической конференции (Улан-Удэ, 26–28 апреля 2021 г.) / под общей редакцией Л. О. Григорьевой. Улан-Удэ: Издательство Бурятского государственного университета, 2021. С. 39-44. EDN: QEXOCX

Белов Евгений Александрович,
Аспирант АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: belov.ea2022@yandex.ru

SPIN: 4835-6352

ORCID: 0009-0002-3242-5479

Научный руководитель:

Морозова Наталья Степановна,

д.э.н., профессор, АНО ВО «Российский новый университет»

e-mail: sks@rosnou.ru

SPIN: 4835-6352

ORCID: 0009-0002-3242-5479

Успехи и проблемы малого предпринимательства в сфере образования

Аннотация: Образование служит двигателем экономического роста. Также образование тесно связано с уровнем социального капитала. При этом в современном обществе образование постоянно подвергается трансформации. В XXI в. детям и взрослым необходимо расширять и повышать уровень собственного образования на протяжении всей жизни. Этому способствует, в том числе, деятельность малого предпринимательства в образовательной сфере. Анализируются успехи малого предпринимательства в сфере образования, перспективы развития малого предпринимательства в данной сфере, рассматриваются проблемы, с которыми сталкиваются как представители малого бизнеса, занимающиеся образовательным предпринимательством, так и пользователи предоставляемых платных услуг.

Ключевые слова: образование; экономика образования; малое предпринимательство; человеческий капитал; инновационная экономика; конкурентоспособность; адаптация

Kroer E.V.

Successes and problems of small business in the field of education

Annotation: Education serves as an engine of economic growth. Education is also closely related to the level of social capital. At the same time, education is constantly undergoing transformation in modern society. In the 21st century, children and adults need to expand and improve their own education throughout their lives. This is facilitated, among other things, by the activities of small businesses in the educational sphere. The article analyzes the successes of small business in the field of education, the prospects for the development of small business in this area as well as examines the problems faced by both representatives of small businesses engaged in educational entrepreneurship and users of paid services provided.

Keywords: education; economics of education; small business; human capital; innovative economy; competitiveness; adaptation

В последнее время предприятия малого бизнеса активно приходят на рынок образовательных услуг. Этому способствуют инновационные формы оказания образовательных услуг, переход многих направлений образования из сферы офлайн-бизнеса в сферу онлайн-бизнеса. Появляются новые профессии, к обучению которым традиционные образовательные организации

не могут адаптироваться в силу собственной инерционности и калейдоскопически быстрого изменения рыночных и технологических реалий. На помощь традиционному образованию приходит образовательное предпринимательство, создающее образовательную услугу и реализующее ее в качестве товара в рамках рыночной экономики. Ядром образовательной

услуги являются знания. Предпринимательство в образовательной сфере в силу своей специфики должно иметь черты инновационности, креативности, инициативности и адаптируемости к быстро изменяющимся внешним условиям образовательной и рыночной среды. Образовательная деятельность направлена на формирование и всестороннее развитие личности, ее потенциала в процессе обучения [4]. Образование служит двигателем экономического роста за счет накопления человеческого капитала, образование также тесно связано с повышением уровня социального капитала [12]. Все большее число родителей осознают, что бесплатное образование деградирует, за качественное образование, как и за качественное медицинское обслуживание, нужно платить. И многие готовы платить.

Идея привнесения предпринимательства в образование вызвала большой энтузиазм в последние десятилетия.

Результатом этого стало множество эффектов, таких как экономический рост, создание рабочих мест и повышение устойчивости общества, а также личностный рост, повышение вовлеченности в учебу и улучшение качества образовательных услуг.

Количество госучреждений в сфере образования России за 2020-2023 годы сократилось на 7,3%, в то время как число частных предприятий в данной сфере выросло на 37,3%. В России активно растет рынок частного образования.

Несмотря на то, что общее количество зарегистрированных частных организаций в целом по Российской Федерации по ОКВЭД «Образование» в последнее время постоянно снижается (рис. 1), число малых предприятий в данной сфере неуклонно растет (рис. 2). По состоянию на август 2023 года в РФ в сфере образования работают 64,5 тысячи частных предприятий и индивидуальных предпринимателей.

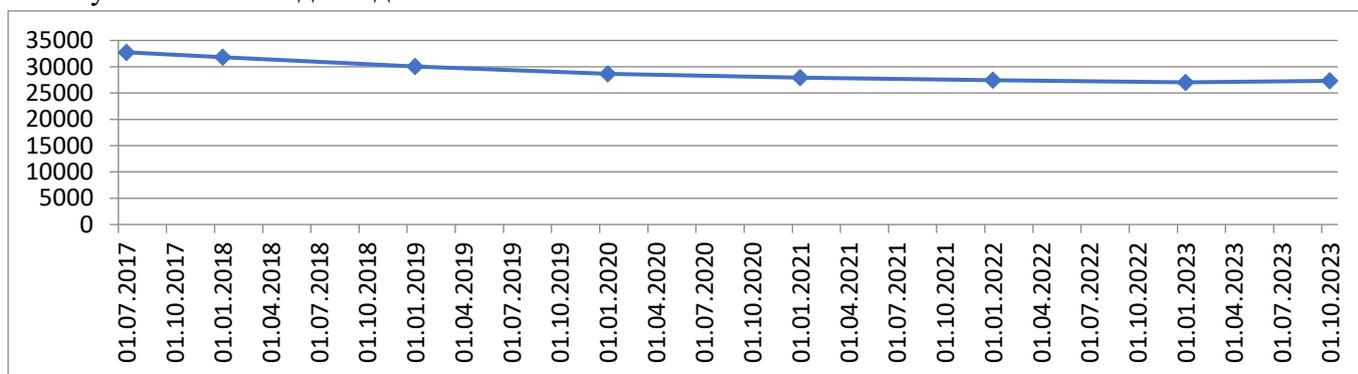


Рисунок 1 - Количество зарегистрированных частных организаций в целом по Российской Федерации, ОКВЭД «Образование», единиц

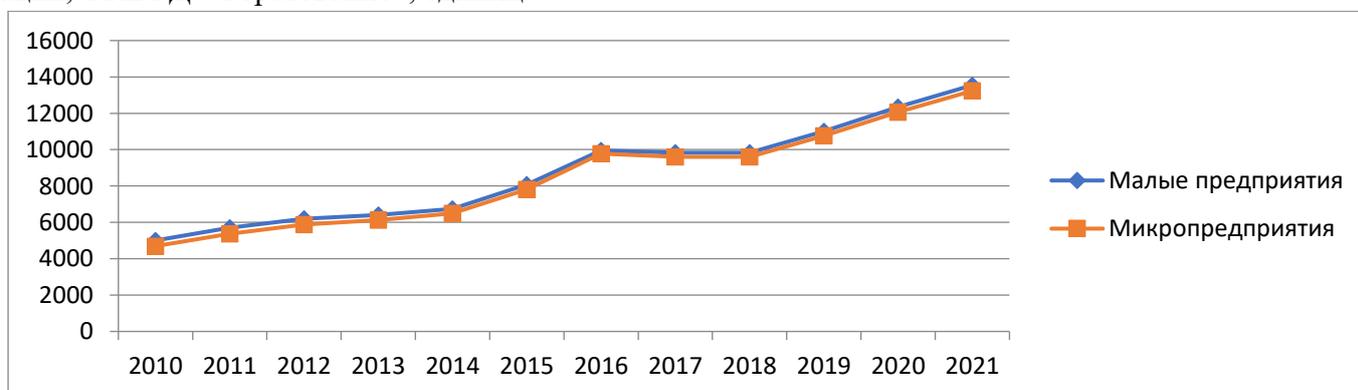


Рисунок 2 – Число малых предприятий в целом по Российской Федерации, ОКВЭД «Образование», единиц

Из данных, представленных на рисунке 2, мы видим, что основную массу малых предприятий в образовательной сфере составляют микропредприятия. Средние частные предприятия в образовательной сфере, как свидетельствует статистика, практически отсутствуют. Численность работников малых предприятий в сфере образования также растет, несмотря на то, что средняя численность работников одного малого предприятия в сфере образования остается практически стабильной уже на протяжении долгого времени и составляет порядка 2-3 человека.

По данным аналитиков, 40,8% от общего числа образовательных организаций составляет дополнительное образование детей и взрослых, 22,5% - школьное, 19,6% - дошкольное. При этом высшее образование можно получить только в 1,4% зарегистрированных организаций в этой сфере.

Образовательное предпринимательство реализуется большей частью в сфере дополнительного образования. Преимуществом дополнительного образования выступает способность к развитию творческого потенциала личности, передача широкого спектра знаний, не охваченных программой средней общеобразовательной школы: от дизайна до умения вести блоги в социальных сетях.

В негосударственном сегменте за 2020-2023 годы наибольший рост показали организации направления «Дополнительное профессиональное образование» (рост 68,2%), на втором месте – «Школьное образование» (62,7%), на третьем – «Дополнительное образование детей и взрослых» (53,3%). В последние годы заметна тенденция на постепенное замещение государственного образования частным. При этом развитию частного образования способствует снижение бюджетных мест в вузах, сокращение филиальной сети ведущих вузов страны, рост цен на обучение и связанные с обучением услуги (транспорт, проживание и т.д.),

необходимость работающим студентам брать отпуск для подготовки и сдачи сессии. Частные образовательные учреждения отвечают запросам рынка, предлагая большое разнообразие услуг и более короткий срок погружения в профессию.

Высоким спросом пользуется дополнительное образование среди взрослых. Большинство выпускников средних специальных и высших учебных заведений не работают по полученной специальности, ведь мотивы получения первого специального образования зачастую далеки от необходимости в будущем работать и зарабатывать себе на жизнь. К моменту выпуска из вуза уже сформированная личность осознает диссонанс между полученным образованием и собственными интересами, желаниями, устремлениями. Понимая, что обучение для получения второго высшего или среднего специального образования займет еще несколько лет, в то время как реальность не стоит на месте и очень динамична, люди выбирают краткосрочную подготовку в рамках платного дополнительного образования. А некоторые специальности требуют постоянного профессионального совершенствования, для чего необходимо обучаться на курсах повышения квалификации.

На помощь приходит образовательное предпринимательство, реализуемое большей частью в форме индивидуального предпринимательства, а также в незначительном объеме в форме обществ с ограниченной ответственностью. Одним из основных ограничений при отнесении предприятий к категории малых выступает численность работников. Согласно ст. 4 Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» среди коммерческих предприятий выделяют малые предприятия с численностью работников до 100 человек, среди которых также выделяют микропредприятия [1]. На среднем

предприятия штат сотрудников составляет от 101 до 250 человек, предприятия с

численностью свыше 250 человек относятся к крупным

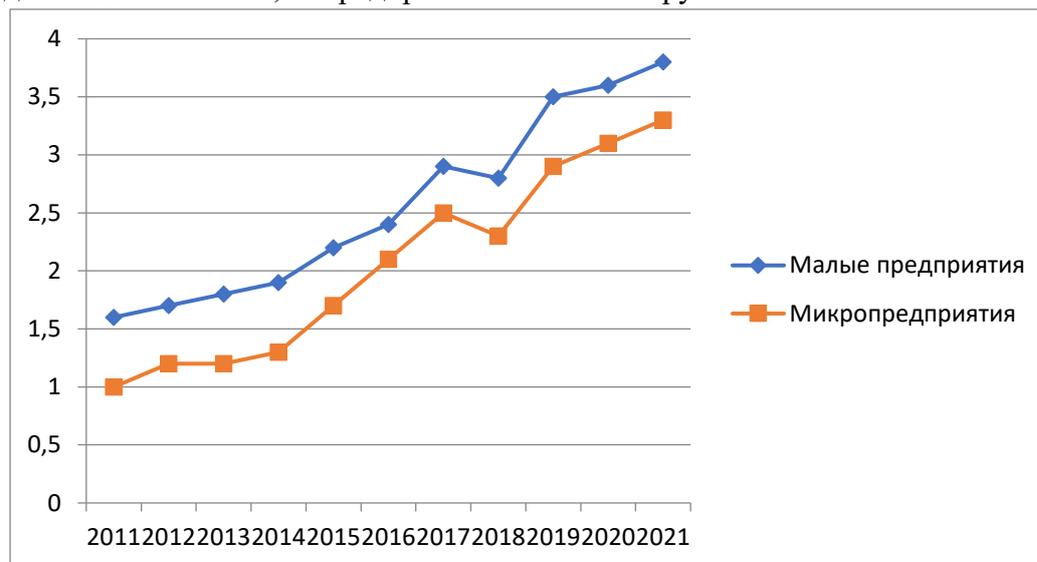


Рисунок 3 - Оборот в расчете на одно малое предприятие в сфере образования, млн. руб.

Как можно увидеть из данных, представленных на графике (рис. 3), оборот частных малых предприятий в образовательной сфере постоянно растет.

Малое предпринимательство в образовательной системе выступает ресурсом успешных преобразований в Российской Федерации.

Предпринимательские способности в образовательной сфере можно реализовать как самостоятельно, так и в рамках совместной деятельности нескольких физических или юридических лиц. Малое предпринимательство в образовании легко адаптируется под изменяющуюся внешнюю среду и несет в себе инновационные функции. Инновационная деятельность в образовательной сфере способствует выживаемости и развитию малых предприятий, предоставляющих образовательные услуги.

Образовательные услуги реализуются благодаря образовательным технологиям, представляющим набор методов и процедур, используемых для улучшения коммуникации и передачи знаний. Аналогичным образом, образовательные технологии можно определить как использование новых технологий для продвижения инноваций в

сфере образования.

Образовательные услуги становятся все более популярной бизнес-нишей для предпринимателей. Главной мотивацией выступает возможность получения достаточно высокого дохода. Современные технологии способствуют облегчению процесса трансфера информации от преподавателя к обучающимся. Происходит обогащение студентами собственных знаний и развитие их познавательного уровня.

Современные образовательные технологии способствуют более тесному сотрудничеству между студентами и преподавателями. Общение посредством интернета минимизирует время на проверку заданий и исправление ошибок, отсутствует необходимость физического перемещения студентов на занятия; происходит значительная экономия средств в долгосрочной перспективе, так как электронные учебные материалы не подвергаются износу, не требуют выделения специальных помещений для их хранения, что ведет к снижению стоимости учебных материалов и удешевляет процесс обучения; более качественное и широкое распространение контента, который

становится доступным круглосуточно в любое время суток благодаря предварительно записанным занятиям; персонализированное образование: при возросшей доступности учащиеся могут формировать собственную учебную программу согласно приоритетным интересам; использование динамичного контента позволяет учащимся сосредоточиться на изучаемом материале.

Благодаря современным образовательным технологиям бизнес в сфере образования постепенно переходит из офлайн-среды в онлайн. В последнее время создается множество онлайн-школ, которыми, как правило, руководят опытные предприниматели, уже имевшие собственный

Таблица 1 Численность занятых в сфере индивидуального предпринимательства в образовании, тыс. чел.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Численность занятых	15,7	20,9	22,2	20,7	21,9	25,7	29,6	39,2	49,4	59,6	65,8	72,1
Численность фактически действующих ИП	9,8	14,5	15,3	15,3	15,5	18,7	21,2	24,4	27,8	32,6	37,1	41,2



Рисунок 4 – Объем выручки малых предприятий в сфере образования, млрд. руб.

Преимуществами образовательного бизнеса выступает универсальность продукта, рассчитанного на достаточно широкую аудиторию, низкий порог входа, не требующий серьезных финансовых

бизнес или пришедшие из крупной компании. Мотивы создания онлайн-школ самые разные.

Согласно статистическим данным, в 2023 году бизнес в сфере образования занимает лидирующие позиции по приросту регистраций: новых ИП и ООО стало на 28% больше по сравнению с аналогичным периодом 2022 года [14]. В этой сфере предприниматели чаще выбирают ИП, а не ООО, причем более двух третей предпринимателей составляют женщины. Также постоянно растет совокупный объем выручки, получаемой частными малыми предприятиями образовательной сферы (рис. 4).

инвестиций в начале деятельности, постоянный рост популярности ниши.

В настоящее время востребованы такие форматы офлайн- и онлайн-образования как курсы краткосрочного обучения, повышения

квалификации, частные школы, долгосрочная переподготовка, мастер-классы, частные вузы.

По данным доклада с международной научной конференции eSTARS, если семь лет назад весь объем отечественного рынка образования составлял 1,8 трлн. рублей, при этом онлайн-образование составляло лишь 1,1 %, а в числовом значении - 20,7 млрд. рублей, то к 2021 году объем рынка вырос до 2 трлн. руб., на онлайн-образование уже приходилось примерно 2,6 %, а в числовом значении - 53,3 млрд. При этом доля частного бизнеса составляет порядка 20 %. Согласно статистике, доля компаний в сфере онлайн-обучения возросла абсолютно во всех сферах образовательного рынка [13]. Далее эти показатели будут расти если не в экспоненциальной, то в геометрической прогрессии. Это связано с тем, что все большее число взрослых будут получать дополнительное образование, проходить переподготовку, начнут обучаться новым профессиональным навыкам; выпускники все больше будут предпочитать краткосрочные курсы академическому обучению; ускорится цифровизация и инновационная деятельность в сфере частного образования; граждане осознают необходимость формирования семейного бюджета с учетом необходимости затрат на образования и начнут тратить больше денег в данном направлении.

Частный бизнес наиболее представлен в таких направлениях обучения как дополнительное школьное образование, дополнительное профессиональное образование, языковые школы. Безусловно, любое дополнительное образование является более прибыльным по сравнению с основным. Если основное образование, в подавляющем большинстве, представлено средними общеобразовательными школами, предоставляющими образовательные услуги бесплатно, то в рамках дополнительного образования практически все услуги стали

платными независимо от формы собственности. При этом в частных образовательных учреждениях обучающиеся имеют все шансы получить полезные навыки для их применения в будущем.

Реализация частного малого предпринимательства в сфере образования на практике наряду с перечисленными положительными эффектами сопряжена со значительными трудностями. В рамках образовательного бизнеса предприниматели должны руководствоваться не только коммерческим законодательством, выступающим в качестве фундамента предпринимательской деятельности, как любое иное коммерческое предприятие, но и учитывать требования законодательства в образовательной сфере. Большинство основателей онлайн-школ никогда не были связаны со сферой образования. Это приводит к тому, что сравнительно мало предпринимателей, входящих в образовательный бизнес, имеют сильную методологическую подготовку и необходимую образовательную базу. Следствием этого является низкое качество обучения во многих онлайн-школах. Предприниматели в основном ориентированы на извлечение прибыли, а не распространение знаний. В результате формируется разрыв между специалистами, обладающими достаточно обширной базой знаний, но не умеющими их передать вследствие отсутствия необходимого опыта в сфере цифровых технологий, и предпринимателями, имеющими необходимые финансовые ресурсы для входа на данный рынок, но не имеющими фундаментальных знаний и желания научить студентов чему-то действительно востребованному в настоящее время. В результате студенты, оплачивающие такое обучение, разочаровываются в самом формате малых частных образовательных учреждений.

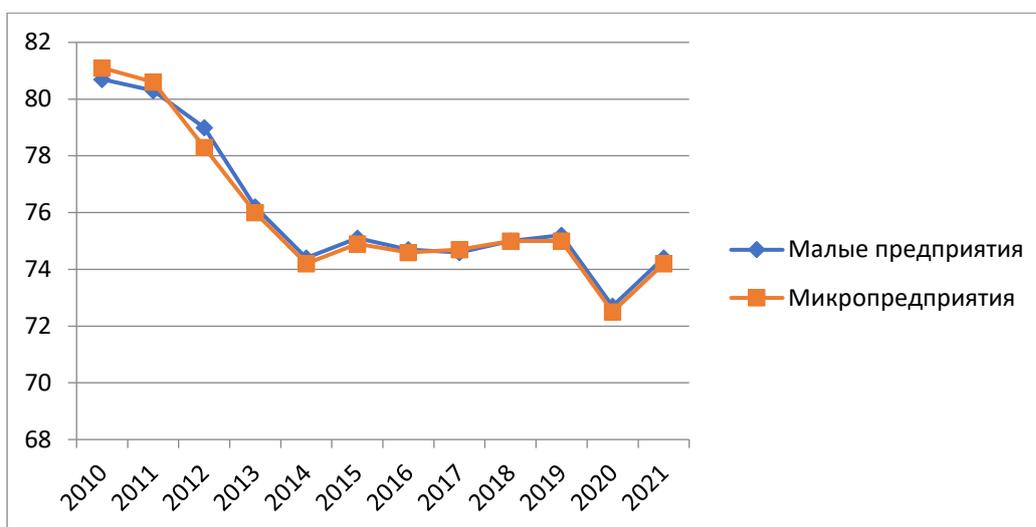


Рисунок 5 - Удельный вес прибыльных малых предприятий в общем числе малых предприятий сферы образования, %

Несмотря на растущий рынок образовательных услуг, рост совокупной выручки малых предприятий в сфере образования, увеличение числа малых предприятий, работающих в образовательной сфере, удельный вес прибыльных малых предприятий в общем числе малых предприятий в сфере образования постоянно снижается (рис. 5).

Большинство онлайн-школ продают до 5 онлайн-курсов, средняя продолжительность программ составляет от одного до трех месяцев. В одной школе обучаются от 10 до 50 студентов. Благодаря низкому порогу входа и большой востребованности образовательных услуг онлайн-школы быстро окупаются и начинают приносить стабильную прибыль. В результате дальнейшее развитие останавливается. Основатели малых образовательных предприятий не стремятся к дальнейшим серьезным инвестициям в свои проекты, с помощью которых могут перейти в разряд средних и крупных предприятий.

Рынок частных образовательных услуг в России еще не сформирован, поэтому студенты, не имея возможности оценить качество предоставляемых образовательных услуг, как правило приходят не на качественные курсы, а на самые разрекламированные. Маркетинговые уловки

в сфере образования не регулируются законом, поэтому рекламируемые курсы обычно «гарантируют» сдачу ЕГЭ школьниками на 90+ и даже на 100 баллов, высокие зарплаты и стопроцентное трудоустройство для взрослых. При этом, естественно, никаких гарантий никто не дает и дать не может в принципе. Ради прибыли частные образовательные малые предприятия приносят в жертву методическую и педагогическую работу. Это приводит к разочарованию в самой системе и настороженности в отношении предлагаемых частных образовательных услуг.

Малый бизнес может выступать как заказчиком образовательных услуг, так и исполнителем. Проблема заключается в критериях качества предоставляемых знаний. На фоне постоянного роста спроса и предложения на образовательные услуги растет и внимание к данной сфере со стороны государства. В перспективе могут появиться стандарты качества в отношении частных образовательных услуг. Закон должен стать фундаментом российской системы малого предпринимательства в образовании [11].

Заказчику, оплачивающему платные образовательные услуги, требуется видимый результат. Родителей интересует общее гармоничное развитие собственного ребенка,

формирование умений и навыков, которые пригодятся ему, для взрослых студентов весьма актуальным является возможность трудоустройства по окончании курсов, использования полученной информации для личностного и профессионального роста. Соответственно, частные малые предприятия в сфере образования должны разрабатывать востребованные программы, системно актуализировать предложения по предлагаемым курсам и сотрудничать с практикующими специалистами в преподаваемых дисциплинах, которые желают передать накопленный опыт обучающимся в обмен на соответствующий пиар.

Тем не менее, наряду с успехом необходимо выделить проблемы в системе малого предпринимательства в сфере образования: отсутствие образовательных стандартов в сфере дополнительного образования, большей частью охватываемого частным бизнесом; неоднородность образовательных услуг; отсутствие единых критериев эффективности и гарантий качества

получаемых услуг; отсутствие обязательных требований к преподавателю.

Таким образом, малый бизнес в образовании успешно развивается. В эту сферу с каждым годом приходит все больше предпринимателей, которые создают собственный бизнес «с нуля» или работают на условиях франчайзинга с более крупными образовательными структурами. Благодаря низкому порогу входа в образовательный бизнес решаются многие социальные и экономические проблемы. Некоторые из проблем, которые возникают в связи с использованием новых технологий в образовании, заключаются в необходимости предпринимателям постоянно адаптироваться к происходящим технологическим изменениям; в условиях лавинообразного увеличения объема информации предоставлять максимально правдивую информацию, научить студентов отделять полезную информацию от ложной и бесполезной, постоянно повышать эффективность образовательных услуг и образовательных ресурсов.

Литература:

1. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 10.07.2023) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ, 30.07.2007, N 31, ст. 4006.
2. Дьяков И.И. Предпринимательская активность образовательных организаций: сущность и содержание понятия // Крымский научный вестник. – 2017. – № 2-3 (14-15). – С. 74-82
3. Кетько Н.В., Зарафутдинов Р.Р. Проблемы и перспективы развития современного малого бизнеса в России // Российское предпринимательство. – 2011. - № 9. - С. 23-28.
4. Кузьмина М.Н., Сырбу А.Н. Направления, проблемы и перспективы развития предпринимательства в сфере образования Российской Федерации // Электронный научно-образовательный журнал ВГСПУ «Грани познания». – 2018. - № 5(58). – С. 57-60.
5. Малое и среднее предпринимательство в России. 2015: Статистический сборник. - М.: Росстат, 2015. – 96 с.
6. Малое и среднее предпринимательство в России. 2017: Статистический сборник. - М.: Росстат, 2017. – 78 с.
7. Малое и среднее предпринимательство в России. 2019: Статистический сборник. - М.: Росстат, 2019. – 87 с.
8. Малое и среднее предпринимательство в России. 2022: Статистический сборник. - М.: Росстат, 2022. – 101 с.

9. Митиенко М.В., Одинцова А.С., Семькина Д.А. Анализ основных тенденций в демографии организаций для разделов ОКВЭД в сфере образования // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2020. - № 11 (51), - С. 21-27.
10. Морозов Г.Б. Предпринимательские правоотношения в Российской Федерации. - Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ - УПИ, 2004. - 116 с.
11. Погудаева М.Ю. Развитие малого предпринимательства в образовательной сфере Российской Федерации // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». – 2011. - № 10 (72). – С. 247-253.
12. Сальникова, Т.С. Проблемы предпринимательства в сфере образования: монография. – М.: Дашков и К°, 2017. - 198 с.
13. НИУ ВШЭ. Дирекция по онлайн-обучению – URL: https://elearning.hse.ru/project_estars/ (дата обращения: 01.12.2023 г.)
14. Россияне стали чаще открывать бизнес в сфере образования [Электронная версия] – URL: <https://lenta.ru/pressrelease/2023/10/05/obrazovanie/> (дата обращения: 01.12.2023 г.)
15. Число частных компаний в сфере образования России выросло на 37.3 % [Электронная версия] – URL: <https://tass.ru/ekonomika/18614761> (дата обращения: 01.12.2023 г.)
16. Черемисина Т.П. Инфраструктура инновационного предпринимательства России в научно-образовательной сфере: оценка состояния // Мир экономики и управления. – 2014. – Т. 14, № 3. – С. 64-72.
17. Чеха В.В. Платные услуги // Директор школы. – 2016. - № 1. - С. 78-84.
18. Интернет-сайт ЕМИСС Государственная статистика – URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/58109>
19. Chubb J.E. The Private Can Be Public // Spring 2001. Vol. 1, No. 1.
20. DeLacey B.J., Leonard D.A. (2002) Case study on technology and distance in education at the Harvard Business School // Educational Technology & Society. Vol. 5, No 2. Integrating Technology into Learning and Working (Part 2), pp. 13-28.
21. Gibb A.A. (1983) The Small Business Challenge to Management Education // Journal of European Industrial Training, Vol. 7 No. 5, pp. 3-41. <https://doi.org/10.1108/eb002154>
22. Gibb A.A. (1994) Do we really teach (approach) small business the way we should? // Journal of Small Business & Entrepreneurship, 11:2, 11-27, DOI: 10.1080/08276331.1994.10600453
23. Renz, A., Hilbig, R. (2020) Prerequisites for artificial intelligence in further education: identification of drivers, barriers, and business models of educational technology companies // Int J Educ Technol High Educ 17, 14. <https://doi.org/10.1186/s41239-020-00193-3>
24. Steiner-Khamsi G. Standards are good (for) business: standardised comparison and the private sector in education // The Power of Numbers and Networks, pp. 22.

Кроер Екатерина Валерьевна,
 Аспирант АНО ВО «Российский новый университет»
 e-mail: katrin-rim@rambler.ru
 SPIN: 9670-9663
 ORCID: 0009-0002-9240-0011

Научный руководитель:
 Морозова Наталья Степановна,
 д.э.н., профессор, профессор кафедры туризма и гостиничного дела АНО ВО «Российский
 новый университет»

e-mail: sks@rosnou.ru

SPIN: 5293-6600

ORCID: [0000-0002-6491-363X](https://orcid.org/0000-0002-6491-363X)

Методы оценки заемщиков в российской банковской системе

Аннотация: В данной статье проводится сравнительный анализ методик оценки финансового состояния потенциальных заемщиков государственных и коммерческих банков. Однако при проведении финансового анализа существуют некоторые особенности, на основании которых можно понять общую проблему методик рассмотрения заявок. Например, участников государственных и муниципальных закупок, которым требуется банковское обеспечение в виде банковских гарантий, не совсем корректно рассматривать по той же методике, что и при кредитовании, так как письменное обязательство банка и «живые» деньги несут разные риски для кредитной организации.

Ключевые слова: финансовый анализ; коммерческие банки; методы оценки заемщиков

Lataev D.O.

Methods for assessing borrowers in the russian banking system

Annotation: This article provides a comparative analysis of methods for assessing the financial condition of potential borrowers of state and commercial banks. However, when conducting financial analysis, there are some features on the basis of which one can understand the general problem of application review methods. For example, it is not entirely correct to consider participants in state and municipal procurement who require bank collateral in the form of bank guarantees using the same methodology as for lending, since a written commitment from a bank and “real” money carry different risks for a credit institution.

Keywords: financial analysis; commercial banks; methods for assessing borrowers

Становление и развитие российской экономики во многом зависит от того, насколько крепким является взаимодействие бизнеса и банковской системы [1]. Российская банковская система является стабильным и крепким институтом. Об этом свидетельствует череда кризисов и экономических шоков за последние 15 лет, с которыми она успешно справилась. За 2022 год

банковская система показала возможность адаптироваться и сопротивляться внешним и внутренним вызовам, ни один крупный банк не потерял лицензию и не ушел с рынка. Коммерческие банки переориентировались на другие направления. Например, многие стали внедрять в банковские процессы искусственный интеллект или создавать

собственную банковскую экосистему. Поэтому нельзя не отметить высокий уровень цифровизации банков, каждый крупный банк имеет приложение с удобным интерфейсом как для физических, так и для юридических лиц, где можно выполнить любые операции. Теперь директорам предприятий не требуется приезжать в офис банка для подписания документов, все можно сделать с помощью электронно-цифровой подписи.

Любое предприятие, независимо от размера, пользуется банковскими услугами: расчетно-кассовым обслуживанием, получением дополнительного кредитного финансирования, депозитарными услугами и другими [2]. Кредиты и банковские гарантии являются наиболее популярными из них. Кредитование способствует перемещению капитала из

одной отрасли в другую, что позволяет ускорить развитие экономики, возможность организовать производство и оборот капитала внутри страны между субъектами РФ. Кредитование является наиболее рискованным продуктом, но доходным. Банковские гарантии дают возможность участникам государственных и муниципальных закупок аккумулировать денежные средства, предоставляя их для подтверждения добросовестного исполнения того или иного контракта.

Для того, чтобы предоставить финансовый продукт клиенту, банки производят тщательную проверку контрагента для оптимизации уровня кредитного риска [3]. Выделяют следующие виды проверок, представленные на рисунке 1.



Рисунок 1. Методы оценки заемщика коммерческими банками
Источник: составлено автором.

Scoring (сангл. «подсчет очков») – система, которая позволяет быстро обработать данные заемщика и оценить степень риска финансирования потенциального заемщика. Скоринговая модель представляет собой регрессионную модель, построенную на основе обработки данных предыдущих заемщиков. Оценка проводится на основании данных бухгалтерской отчетности, учредительных документов и данных из открытых источников, введенных в информационную систему сотрудником банка. Основными плюсами

такой проверки является скорость получения результата, отсутствие субъективного мнения, предотвращение попыток мошенничества. Но есть и минусы проверок с помощью скоринга: система, работает как алгоритм, поэтому отсутствует глубинный анализ, индивидуальный подход к рассмотрению в зависимости от отрасли деятельности клиента, его операционного цикла, следовательно, существует высокая вероятность получить отрицательное заключение. Такой подход к оценке кредитного риска в большинстве своем

подходит для получения банковских гарантий малому бизнесу для участия в государственных и муниципальных закупках, где требуется обеспечение в размере от 100 тысяч рублей до 30 миллионов рублей.

Для финансирования клиентов на сумму свыше 30 миллионов рублей, как правило, применяют аналитический подход к оценке кредитного риска. Аналитический метод предполагает, что проведением финансового анализа занимается уполномоченный сотрудник банка. В данном методе используется не только первичная документация, но и вторичные документы: оборотно-сальдовые ведомости, карточки счетов, кредитный портфель, различные справки, информация из всех возможных реестров. Расчеты производятся вручную и/или с помощью Excel. Плюсы данного метода:

- более детальное рассмотрение позволяет найти положительные стороны, которые могут повлиять на результат;
- индивидуальный подход;
- возможность структурирования сделки.

Минусы:

- долгое получение итогового результата;
- вероятность ошибки - «человеческий фактор».

Для рассмотрения крупных заявок, как правило рассмотрение которых происходит в корпоративных отделах крупного бизнеса, применяется комплексный метод рассмотрения заявки. При использовании этого подхода используется сразу две предыдущие

методики, то есть изначально заявка проверяется по скоринговым формулам, а затем в случае предварительного одобрения проверяется аналитиком, который формирует кредитное заключение по заемщику. В дальнейшем заявка выходит на кредитный комитет, где руководители отделов и подразделений голосуют «за» или «против», то есть решение принимается коллегиально. К плюсам данного метода можно отнести:

- индивидуальный подход;
- распределение ответственности на группу лиц, что снижает вероятность одобрения клиента с высоким риском для банка, а, следовательно, меньшая вероятность получения дефолта;
- снижается вероятность случайной ошибки за счет совместного принятия решения.

Минусы:

- долгое получение финального решения (от одного месяца);
- высокие трудозатраты для банка.

Таким образом, существуют три основные методики рассмотрения потенциальных заемщиков в государственных и коммерческих банках. Каждая из них имеет свои плюсы и минусы, на основании которых банковские аналитики применяют тот или иной метод, закрывая тем самым кредитные риски. Также важна и скорость проведения финансового анализа, так как существует сильная внутренняя конкуренция между банками, борющимися за потенциально кредитоспособных и надежных клиентов.

Литература:

1. Басова, С. Е. Роль банковской системы в развитии экономики: мировой и российский опыт / С. Е. Басова // Электронная наука. – 2020. – Т. 1, № 1. – С.4.
2. Бабышев В.Ю. Клиентоориентированность банков в современных условиях // Вестник науки Сибири – 2018. - №4, с. 54-69.

Латаев Денис Олегович,
Аспирант АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: denislataev93@mail.ru
SPIN: 1724-6180
ORCID: 0009-0001-8115-6095

Научный руководитель:
Морозова Наталья Степановна,
д. э. н., профессор, АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: sks@rosnou.ru
SPIN: 5293-6600
ORCID: 0000-0002-6491-363X

Меры, применяемые государством в нынешний период сезонных болезней, и анализ ценообразования медицинских товаров

Аннотация: В статье рассматриваются меры, которые применяются государством России при возникновении роста заболеваемости на период середины осени – начала зимы. В работе также показываются основные действия, совершаемые ответственными государственными учреждениями по борьбе с ростом заболеваемости. Приводится статистика индекса цен на медицинские средства, анализ ценообразования за последний период времени. Делается общий вывод о нынешней ситуации в России, связанной с сезонными болезнями.

Ключевые слова: медицина; противодействие росту заболеваемости; экономическая безопасность; экономика Российской Федерации; сезонные болезни; ценообразование медицинских товаров

Ostashevskiy V.D.

Measures taken by the state during the current period of seasonal diseases and analysis of pricing of medical goods

Annotation: The article discusses the measures that are applied by the Russian state when an increase in morbidity occurs during the period of mid-autumn - early winter. The work also shows the main actions taken by responsible government agencies to combat the increase in morbidity. Statistics of the price index for medical products and an analysis of pricing for the last period of time are provided. A general conclusion is made about the current situation in Russia related to seasonal diseases.

Keywords: medicine; countering the increase in morbidity; economic security; economy of the Russian Federation; seasonal diseases; pricing of medical products

Как известно, существует сезонная заболеваемость, которая во многом вызвана сменой погодных условий в период, начиная с середины осени. Этот период отличается тем, что из-за роста заболеваемости возникает потребность как у людей, так и у медицинских учреждений в закупке лекарств. В связи с этим стоит рассмотреть меры, применяемые контролирующими органами, динамику ценообразования стоимости медицинских изделий в период повышенной заболеваемости и возникших проблем, с

которыми сталкиваются в настоящее время.

По информации, данной в пресс-службе Роспотребнадзора, говорится, что в России продолжается рост заболеваемости гриппом и ОРВИ, так по состоянию на 19 декабря 2023 года уровень заболеваемости вырос на 6,5% по сравнению с прошлой неделей. В настоящий момент в 41 регионе Российской Федерации показатели заболеваемости превышают среднероссийские. В структуре заболеваний преобладают респираторные вирусы

негриппозной этиологии - 68,3 %. Доля вирусов гриппа продолжает увеличиваться и составляет 31,7 % [2].

Из-за превышения роста заболеваемости по гриппу и ОРВИ в регионах России, основываясь на заявлениях главы Роспотребнадзора Анны Поповой, будут применяться меры и действия по организации дежурства, а также информационно-разъяснительные кампании по профилактике гриппа, ОРВИ и COVID-19 в период новогодних праздников, так как именно в этот промежуток времени проходит огромное количество массовых мероприятий из-за чего возникает большое скопление людей, а это в свою очередь может привести к риску заболеваемости [8].

Стоит также сказать, что после введенных ограничений странами Европейского союза и Соединенными Штатами Америки, которые не коснулись медицины и фармацевтики, но в то же время большое количество иностранных компаний приостановили деятельность на территории России [5]. В связи с этим множество лекарственных средств просто исчезло с рынка, однако исчезновение зарубежных товаров сильного удара по медицинскому рынку не нанесла, т.к. в России нашлись отечественные заменители. В связи с ростом заболеваемости и из-за возникновения потребности в средствах от насморка, по утверждению Росздравнадзора, сегодня отсутствует дефицит данных медицинских средств, на рынке есть огромное количество аналогов спреев и капель, а также нет зависимости от поставок из-за рубежа [3]. Приоритетом в нынешнее время остаются меры поддержки, связанные со Стратегией развития фармацевтической промышленности до 2023 года, ключевой задачей которой является увеличение российского производства лекарственных препаратов и увеличения их доли в объеме потребления [6]. Роспотребнадзором установлены правила, в соответствии с которыми при необоснованном

увеличении стоимости препаратов в розничных аптечных сетях это будет пресекаться в соответствии с законом Российской Федерации [7]. Однако в нынешний момент повышение цен на медицинские средства все-таки возникает в связи с сезоном заболеваемости, поэтому было бы логично обратиться к последней публикуемой статистике Росстата. В отчете об индексе потребительских цен в ноябре 2023 года рассмотрим индекс цен на медицинские товары.

В таблице показаны индексы цен на отдельные группы непродовольственных товаров (медикаментов) [4].

Таблица - Индекс цен на медицинские товары

Медикаменты	Ноябрь 2023 г. к			Январь-ноябрь 2023 г. к январю-ноябрю 2022 г.
	октябрь 2023 г.	декабрь 2022 г.	ноябрь 2022 г.	
	100,65	106,79	107,68	105,93

Росстат сообщил о росте цен на лекарства [10]. В представленной информации цены на препараты, которые не относятся к жизненно необходимым и важнейшим лекарственным препаратам (далее – ЖНВЛП), в среднем выросли на 0,9%. По данным Росстата, на 7,3% выросла стоимость синупрета, как раз данный препарат специализируется на борьбе с насморком, увеличилась цена на 2,3% на левомеколь и сульфатамид, поливитамины на 2,0%, ренгалин на 1,4%, используемый при борьбе с кашлем при гриппе и ОРВИ, нафазолин на

1,3%, аллохол, канефрон Н, корвалол, метамизол натрия, нимесулид, эргоферон (используемый для профилактики лечения гриппа) на 1,0-1,2%. Если говорить о снижении цен, то уменьшилась цена на мидокалм на 0,4%, энтеросгель и мирамистин на 0,3% и комбинированные анальгетики на 0,2%.

Обращаясь к препаратам, которые относятся у ЖНВЛП, следует отметить, что средняя цена увеличилась на 0,4%, как и ранее с товарами не относящимся к ЖНВЛП. Рассмотрим представленную статистику: на 1,9% выросла цена фуросемид, на аспирин на 1,7%, аскорбиновая кислота и панкреатин на 1,4%, ингаверин (для борьбы с гриппом и ОРВИ) на 1,0%, галазолин на 0,9%, также часто используемые при «сезонных болезнях», а именно ацетилцистеин (АЦЦ), ибупрофен на 0,5%-0,8%. Однако снизилась цена, на гриппферон на 0,5%, осельтамивир (номидес) на 0,8%, азитромицин и бисопролол на 0,4%.

Также увеличились цены на электронные медицинские термометры на 1,2%, аппараты для измерения артериального давления на 0,8%, шприцы на 0,4%.

В связи с ростом заболеваемости появилась информация о том, что медицинские учреждения в регионах стали

чаще закупаться препаратами для борьбы с вирусными инфекциями, больницы различных регионов стали оформлять госзакупки, особенно среди списка выделились аспирин и парацетамол [9].

Однако вводить жесткие меры из-за распространения болезней Роспотребнадзор не собирается, так как для этого нет необходимости, ссылаясь на то, что проводится мониторинг структуры заболеваемости и он ничем не отличается от аналогичного периода годом ранее. Нынешние болезни не имеют различий с другими вирусными инфекциями [1].

Таким образом, в настоящий момент противодействие сезонным вирусным инфекциям проходит под контролем государственных учреждений, применяются соответствующие меры по минимизации роста заболеваемости среди населения. По сравнению с недавними событиями массового карантина нет необходимости введения каких-либо ограничений. Что касается ценообразования и наличия медицинских средств, то никаких ярко выраженных проблем в данном случае не наблюдается, цены на некоторые товары растут, однако говорить о сильных подорожаниях не приходится, основываясь на последней статистике.

Литература:

1. В Москве опровергли существенный рост госпитализаций по ОРВИ и коронавирусу [Электронный ресурс] // URL: <https://iz.ru/1623620/2023-12-20/v-moskve-oprovergli-sushchestvennyi-rost-gospitalizacii-po-orvi-i-koronavirusu> (дата обращения 24.12.2023).
2. В России заболеваемость гриппом и ОРВИ возросла на 6,5% по сравнению с прошлой неделей [Электронный ресурс] // URL: <https://tass.ru/obschestvo/19577367> (дата обращения 24.12.2023).
3. Дефицит средств от насморка в аптеках: комментарий Росздравнадзора [Электронный ресурс] // URL: <https://crimea.ria.ru/20231210/defitsit-sredstv-ot-nasmorka-v-aptekakh-kommentariy-roszdravnadzora-1133437471.html> (дата обращения 24.12.2023).
4. Об индексе потребительских цен в ноябре 2023 года [Электронный ресурс] // URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/194_08-12-2023.html (дата обращения 24.12.2023).
5. Отечественные таблетки заменили на полках импортные аналоги [Электронный ресурс] // URL: <https://souzveche.ru/articles/economy/77387/> (дата обращения 24.12.2023).
6. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 7 июня 2023 г. № 1495-р «Стратегия развития фармацевтической промышленности Российской Федерации на период до 2030

- года» [Электронный ресурс] // URL: <http://government.ru/docs/48801/> (дата обращения 24.12.2023).
7. Росздравнадзор рассказал о ситуации с ценами на сосудосуживающие спреи [Электронный ресурс] // URL: <https://ria.ru/20231210/rf-1914905438.html> (дата обращения 24.12.2023).
 8. Роспотребнадзор обеспечит контроль за соблюдением эпидтребований в новогодние праздники [Электронный ресурс] // URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/104500/> (дата обращения 24.12.2023).
 9. Российские больницы экстренно закупают лекарства на фоне роста заболеваемости ОРВИ, гриппом и коронавирусом [Электронный ресурс] // URL: <https://versia.ru/rossijskie-bolnicy-yekstrenno-zakupayut-lekarstva-na-fone-rosta-zabolevaemosti-orvi-grippom-i-koronavirusom> (дата обращения 24.12.2023).
 10. Росстат сообщил о росте цен в ноябре на лекарства и медизделия [Электронный ресурс] // URL: <https://pharmvestnik.ru/content/news/Rosstat-soobshil-o-roste-cen-v-noyabre-na-lekarstva-i-medizdeliya.html> (дата обращения 24.12.2023).

Осташевский Владислав Дмитриевич,
Аспирант АНО ВО «Российский Новый Университет»
e-mail: vladostashevskiy1@gmail.com
SPIN: 3927-8104
ORCID:0009-0007-3378-4832

Научный руководитель:
Морозова Наталья Степановна,
д.э.н., профессор, АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: sks@rosnou.ru
SPIN: 5293-6600
ORCID:0000-0002-6491-363X

Анализ денежных потоков как инструмент финансового управления организацией

Аннотация: В статье рассмотрены вопросы финансового управления организацией, при котором основным инструментом выступает анализ денежных потоков. Описаны основные функции денежных потоков и их значение для принятия финансовых решений. Отмечено, что денежные потоки предоставляют уникальную возможность проанализировать финансовую деятельность организации во временном разрезе, а не статично. Это позволяет использовать денежные потоки для финансового прогнозирования и планирования.

Ключевые слова: деньги; денежные потоки; оборотный капитал; денежные активы

Panarin A.V.

Cash flow analysis as a tool for financial management of an organization

Annotation: The article discusses issues of financial management of an organization, in which the main tool is cash flow analysis. The main functions of cash flows and their importance for making financial decisions are described. It is noted that cash flows provide a unique opportunity to analyze the financial activities of an organization over time, and not statically. This allows cash flows to be used for financial forecasting and planning.

Keywords: money; cash flows; working capital; monetary assets

Денежные потоки являются важнейшей характеристикой финансовой жизни организации и описывают движение денежных средств (поступления и расходы) в течение заданного периода времени. При расчете денежных потоков учитываются поступления денежных средств от различных операций, в том числе от продажи продукции, работ и услуг, получение кредитов и выплаты кредиторам, расходы по заработной плате, налоговые платежи и другие денежные операции, осуществляемые организацией. Управление денежными потоками является важной составной частью финансового менеджмента и выступает залогом успешной и устойчивой предпринимательской деятельности во всех сферах экономики [2, 3].

В научной литературе представлено

достаточно много трактовок понятия «денежные потоки». В работе Толчинской М.Н. приведен анализ понятийного аппарата и дано авторское определение денежного потока [5, с.201]. Такая трактовка наиболее полно характеризует особенности и специфику денежных потоков, выражающуюся в том, что они дают не статичную финансовую картину денежных средств организации, а показывают ее в динамике.

Традиционно денежные потоки организации разделяются на операционные (основные), инвестиционные и финансовые.

Операционные денежные потоки связаны с основной деятельностью организации и формируются за счет поступлений от продажи продуктов (услуг),

выплатой заработной платы, оплатой сырья и материалов и др. Анализ операционных потоков позволяет оценить финансовое состояние бизнеса и его способность генерировать денежные потоки в процессе осуществления его основной деятельности.

Инвестиционные потоки связаны с инвестиционными операциями организации, такими как приобретение и продажа основных средств, получение дивидендов, реализация активов. Эти потоки отражают изменения в капитальных вложениях организации и его инвестиционной стратегии. Анализ инвестиционных потоков позволяет оценить эффективность управления капиталом и инвестиционными активами организации.

Денежные потоки от финансовой деятельности связаны с поступлением и возвратом кредитов, выплатой дивидендов.

Денежные потоки предоставляют важную информацию о финансовой жизни организации и имеют решающее значение для принятия финансовых управленческих решений [4, с.3]. Важно подчеркнуть, что анализ денежных потоков позволяет оценить финансовое состояние организации во временном аспекте, определить эффективность управления финансовыми активами организации и выявить инвестиционный потенциал организации на анализируемый период времени.

В процессе управления денежными активами в каждый определенный период времени в организации возможен излишек или дефицит денежных. Если чистый денежный поток (кэш-фло) имеет положительное значение, то это означает наличие достаточного количества денежных средств для ведения хозяйственной деятельности, более того, излишние денежные средства могут быть направлены на формирование портфеля ценных бумаг. Если чистый денежный поток (кэш-фло) имеет нулевое или отрицательное значение, то это означает дефицит денежных средств и его надо погасить за счет привлечения внешних

источников финансирования. При решении задач управления активами в организации формируются остатки денежных средств (авуары), которые разделяются на 4 вида:

- операционные,
- инвестиционные,
- компенсационные,
- страховые.

Каждый из видов авуаров имеет свое назначение.

Для обеспечения устойчивого функционирования организации необходимо обеспечить постоянный контроль за потоками денежных средств, что позволит своевременно выявлять узкие места в управлении финансами и принять меры к их устранению. Потоки денежных средств предоставляют информацию для принятия различного рода финансовых решений, таких как принятие решений об инвестировании, выплате дивидендов и т.п. Постоянный анализ и контроль за денежными потоками организации обеспечивает более эффективное управление финансовыми ресурсами, минимизацию финансовых рисков и возможность обоснованного долгосрочного финансового планирования [1, с.636].

Анализ потоков денежных средств крайне необходим при решении следующих финансовых задач:

- он позволяет провести оценку ликвидности организации в динамике, т.е. можно оценить ликвидность организации на заданном интервале времени, выявить возможности покрытия текущих обязательств и обеспечение текущих денежных потребностей организации,
- анализ денежных потоков позволяет выявить периоды, когда наблюдается дефицит денежных средств и организации необходимо привлечь внешнее финансирование,
- на основе прогнозирования денежных потоков можно осуществлять финансовое планирование деятельности организации.

Активы, находящиеся на балансе организации, представлены в различных

формах, в том числе в форме запасов сырья и материалов, товарной, денежной формах. Переход активов из одной формы в другую представляет собой процесс кругооборота оборотных активов. При анализе денежных потоков выявляются временные интервалы, когда возникает избыточный или дефицитный поток денежных средств (кэш-фло). Если на счете организации имеются свободные денежные средства и их достаточно много, то обычно организация приобретает ценные бумаги, которые выступают дополнительным источником прибыли. Если в какой-то период возникает дефицит денежных средств, то необходимо прибегать к заемным средствам, иначе организация не выполнит свои финансовые обязательства.

Следовательно, анализ и управление денежными потоками организации является важным инструментом финансового менеджмента, позволяет прогнозировать

финансовые риски, разрабатывать стратегию управления денежными ресурсами. Следует отметить, что развитие теории управления денежными потоками организации связано с цифровизацией экономики и изменением многих бизнес-процессов [6]. Это направление следует рассматривать как весьма перспективное с научной точки зрения.

Таким образом, эффективное финансовое управление организацией предполагает постоянный контроль за состоянием денежных потоков, что отражает финансовое состояние организации в динамике. Многие финансовые проблемы организации могут быть спрогнозированы заранее, если финансовые службы и финансовые менеджеры владеют необходимым инструментарием анализа денежных потоков и умеют его прогнозировать.

Литература:

1. Кареева Ф.Е. Денежные потоки организации и их оценка// Индустриальная экономика. 2022. № 5-7. С. 635-639.
2. Концепция эффективного предпринимательства в сфере новых решений, проектов и гипотез. Монография (3-е издание). М. – Дашков и К. - 2021. -641 с.
3. Развитие предпринимательства: инновации, технологии, инвестиции. Монография (2-е издание). М. – Дашков и К. - 2021. -352 с.
4. Сунгатуллина Л.Б., Хусаинова Л.Р. Денежные потоки как объект финансового управления организации/ /Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. 2023. № 14 (566). с. 2-9.
5. Толчинская М.Н. Денежные потоки организации: сущность, понятие и классификация// Актуальные вопросы современной экономики. 2022. № 3. С. 200-205.
6. Янкина Ю.С., Ферова И.С. Управление денежными потоками организации в информационной экономике// Управленческий учет. 2023. № 2. С. 251-257.

Панарин Андрей Владимирович,
Аспирант АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: woodypanarin@yandex.ru
ORCID: 0000-0001-8606-3130

Научный руководитель:
Морозов Михаил Анатольевич,
д.э.н., профессор АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: mmorozov@bk.ru
SPIN-код:7557-1585
ORCID:0000-0002-6693-9884

Развитие казначейской системы на современном этапе

***Аннотация:** Цель данной научной статьи заключается в исследовании аспектов развития казначейской системы на современном этапе. Также выявлена содержательная специфика Казначейства, проанализированы задачи и функции Казначейства. Исследованы специфические особенности присущие казначейской системе в современных реалиях. При написании научной статьи были использованы нормативно-правовые акты и издания периодической печати в области развития казначейской системы на современном этапе. В основу исследования положены такие методы, как обобщение, анализ, систематизация сбора данных. Результаты исследования показывают, что все еще отсутствует информационный ресурс, который бы охватывал в свою содержательную основу весь обширный перечень данных об объектах и субъектах в отношении процедуры закупок. Это необходимо, в первую очередь, для комплексного сопровождения госконтракта, таким образом, возрастают траты финансовых ресурсов из-за трудностей сбора, обработки и анализа информации.*

***Ключевые слова:** казначейство; система; контроль; финансы; механизмы; задачи; функции*

Pidimov A.A.

Development of the treasury system at the present stage

***Annotation:** The purpose of this scientific article is to study aspects of the development of the treasury system at the present stage. The substantial specifics of the Treasury are also revealed, the tasks and functions of the Treasury are analyzed. The specific features inherent in the treasury system in modern realities are investigated. When writing a scientific article, normative legal acts and periodicals in the field of development of the treasury system at the present stage were used. The research is based on such methods as generalization, analysis, and systematization of data collection. The results of the study show that there is still no information resource that would cover the entire extensive list of data on objects and subjects in relation to the procurement procedure. This is necessary, first of all, for the comprehensive support of the state contract, thus, the expenditure of financial resources increases due to the difficulties of collecting, processing and analyzing information.*

***Keywords:** treasury; system; control; finance; mechanisms; tasks; functions*

Прошло значительное количество лет, однако сложности, связанные с исполнением государственного бюджета, продолжают оставаться актуальными, несмотря на

длительное существование казначейской системы в России.

Перед тем, как начать исследование, необходимо охарактеризовать казначейство.

Содержательная специфика казначейства выражается в том, что это орган государственной исполнительной власти России, который находится в прямом подчинении Министерства Финансов Российской Федерации. Основополагающие направления деятельности вышеуказанного органа регламентированы Постановлением Правительства РФ «О Федеральном казначействе» [1].

Рассмотрим ключевой функционал, который реализует Федеральное казначейство Российской Федерации:

- надзор за операциями, которые связаны с использованием денежных средств федерального бюджета;
- прогноз финансов на счете казначейства;
- выступает гарантом исполнения бюджета федерального значения;
- осуществляет мониторинг казначейских платежей;
- управляет денежными остатками на счете федерального бюджета.

Функции, связанные с государственным финансовым контролем и обеспечением непрерывного функционирования казначейской системы, осуществляются Федеральным казначейством. Этот орган обладает двойственным статусом, который выражается в разделении полномочий на внешние и внутренние.

1 января 2005 года – это дата создания казначейства в Российской Федерации. Создание данного исполнительного органа произошло посредством выделения из состава Министерства финансов Российской Федерации. С указанной даты, Федеральное Казначейство приобрел независимый статус органа исполнительной власти на федеральном уровне, но в то же время, Казначейство все еще находится в непосредственной зависимости Минфина Российской Федерации.

Комплексное исследование теоретико-

методологические аспектов, связанные с реализацией механизма и должное обеспечение целостности исполнения бюджета – это гарант эффективного исполнения функционала Федерального Казначейства. Следует отметить, что данный исполнительный орган федерального значения выступает ведущим субъектом, который входит в госпрограмму РФ «Управление государственными финансами и регулирование финансовых рынков». Фундаментальная цель вышеуказанной госпрограммы заключается в сохранении баланса и финансовой устойчивости бюджетной системы в долгосрочной перспективе. Также немаловажным является аспект, который выражается в перманентном повышении качества управления госфинансами и законодательной регламентации финансового рынка.

Выделим следующие основополагающие задачи, которые выполняет Федеральное Казначейство Российской Федерации:

- обеспечение публичной открытости и отчетности о реализации и об итогах своей деятельности;
- формирование и повышение финансовой грамотности населения Российской Федерации;
- увеличение открытости информационного поля, касательно бюджетных данных [3, с.188].

На ежегодной основе Федеральное Казначейство, реализуя свою деятельность, встречается с объемным перечнем задач, которые требует качественного решения. Так, были поставлены приоритетные задачи, обозначенные в 2013 году, которые выражались в следующем: внедрение казначейской системы для всех бюджетов государственных внебюджетных фондов и создание механизмов для управления ликвидностью единого счета Федерального бюджета.

В 2014 году в рамках государственной

интегрированной информационной системы «Электронный бюджет» был реализован специальный портал, который объединил все бюджетные системы. Фундаментальной задачей данного портала выступает обеспечение максимальной открытости, прозрачности и доступности информации о бюджетах различных уровней. Данный портал позволил гражданам, организациям и органам государственной власти быть осведомленными обо всех финансовых операциях и принимать взвешенные решения.

«Электронный бюджет» стал удобным инструментарием в сфере бюджетного планирования и надзора, тем самым, способствуя рациональному использованию бюджетных средств.

Ключевой задачей основателей публично-правовых организаций выступает определение перечня государственных и муниципальных услуг, и внесение необходимых изменения в базовые списки.

Вышеуказанные списки должны формироваться основателями в системе Электронный бюджет на базе уже утвержденных базовых списков для всех публично-правовых организаций [2, с.78].

В 2015 году Федеральное Казначейство представило министерству финансов России свое предложение об изменении законопроекта о федеральном бюджете на 2016 год. Основополагающая цель данного предложения заключалась в определении необходимости использования остатков средств, которые хранились на счетах региональных органов Федерального казначейства в Банке России.

Федеральное Казначейство в 2016 году продолжает реализовать вышеуказанный механизм сопровождения госконтрактов. Содержательная специфика предложенного проекта регламента выражается в сохранении механизма осуществления и учета операций средств субсидий, финансовых инвестиций и взносов в уставные капиталы на открытых в

Федеральном казначействе счетах для получателей средств из федерального бюджета, осуществляющих казначейское сопровождение.

Необходимо отметить, что вышеуказанный механизм позволяет проводить полноценный контроль над целевым использованием денежных средств, которых предоставлены юрлицам из федерального бюджета, а также обеспечивать денежные средства исключительно на цели, предусмотренные действующим законодательством Российской Федерации, государственными контрактами [4, с.111].

Следует отметить, что Казначейство приобрело на порядок больше имеющихся полномочий в 2017 году, это аспект был напрямую связан со вступлением положений ст. 99 ФЗ №44-ФЗ в 2017 году. Данный законодательный акт регламентировал реализацию органами Федерального казначейства дополнительного перечня полномочий в сфере закупок.

Но в то же время, следует отметить, что информационные данные, которые необходимы для полноценного сопровождения государственного контракта, содержатся в различных государственных структурах, таких как, ФАС РФ, ФНС РФ и т.д.

В заключение, следует отметить: в современных реалиях все еще отсутствует информационный ресурс, который бы охватывал в свою содержательную основу весь обширный перечень данных об объектах и субъектах в отношении процедуры закупок. Это необходимо, в первую очередь, для комплексного сопровождения госконтракта, таким образом, возрастают траты финансовых ресурсов из-за трудностей сбора, обработки и анализа информации.

Литература:

1. Урсова А.Б. Роль и основные направления деятельности Федерального казначейства // Вестник Академии знаний. 2022. №2 (49). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-osnovnye-napravleniya-deyatelnostifederalnogo-kaznacheystva> (дата обращения: 15.11.2023).
2. Петросян, Д. В. Проблемы и пути совершенствования казначейской системы Российской Федерации / Д. В. Петросян // Молодой учёный года 2023: сборник статей VI Международного научно-исследовательского конкурса, Пенза, 30 мая 2023 года. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2023. – С. 77-79.
3. Титова, О. В. Казначейство России: настоящее и будущее / О. В. Титова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 2 (49). — С. 187-189.
4. Шакирова, А. Ш. Перспективы развития казначейской системы исполнения бюджетов субъектов РФ / А. Ш. Шакирова. — Текст : непосредственный // Проблемы и перспективы экономики и управления : материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2019 г.). — Санкт-Петербург: Свое издательство, 2019. — С. 110-114.

Пидимов Андрей Андреевич,
Аспирант АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: a.pidimov@bk.ru
ORCID: 0009-0002-7567-9583

Научный руководитель:
Морозов Михаил Анатольевич,
д.э.н., профессор, АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: mmorozov@bk.ru
SPIN: 7557-1585
ORCID: 0000-0002-6693-9884

Прямые иностранные инвестиции в России в условиях санкций

***Аннотация:** В статье рассмотрены ключевые тенденции в привлечении прямых иностранных инвестиций в России. Приведены объем и динамика ПИИ в России за последние несколько лет. Также показаны глобальные ПИИ и консолидированные ПИИ нескольких стран по классификации ООН (развитые и развивающиеся). Приведены ключевые факторы, которые влияют на привлекательность ПИИ в России. Основной из них – экономическая стабильность и инвестиционная привлекательность. Показано, что ухудшение динамики ПИИ в 2022-2023 гг. вызвано как нестабильной геополитической ситуацией, связанной с санкционными рисками, так и глобальными проблемами, вызванными инфляцией и повышением цен на энергоносители. В итоге, приведено несколько рекомендаций, которые могут повысить привлекательность ПИИ в Россию для иностранных инвесторов.*

***Ключевые слова:** инвестиции; прямые иностранные инвестиции; инвестиционный климат; инвестиционная привлекательность; санкции*

Seliutin L.A.

Attracting foreign direct investment into the Russian economy under sanctions

***Annotation:** The article considers the key trends in attracting foreign direct investment in Russia. The volume and dynamics of FDI in Russia over the last few years are given. It also shows global FDI and consolidated investments of several countries according to the UN classification (developed and developing). The key factors that influence the attractiveness of FDI in Russia are given. The main one is economic stability and investment attractiveness. It is shown that the deterioration of FDI dynamics in 2022-2023 is caused by both the unstable geopolitical situation associated with sanctions risks and global problems caused by inflation and rising energy prices. As a result, several recommendations are given that may increase the attractiveness of FDI in Russia for foreign investors.*

***Keywords:** investments; foreign direct investments; investment climate; investment attractiveness; sanctions*

Инвестиции играют ключевую роль в глобальном экономическом прогрессе, способствуя росту ВВП и стимулируя позитивные сдвиги в социальной и экономической сферах государства. Эффективность ПИИ в страны-реципиенты доказана ни одним ученым-экономистом, а

сами инвестиции (при разумном использовании) влияют на качественное развитие стратегически важных отраслей для государства, преобразуют структуру экономику, создают долгосрочные стимулы для технологического и экономического развития, а также улучшение благосостояния

населения [1].

Правительства разных стран мира активно работают над укреплением своего присутствия на мировом рынке и повышением инвестиционного имиджа своей страны. Они стремятся стимулировать социально-экономический рост, поддерживать политическую стабильность и создавать механизмы, защищающие интересы иностранных инвесторов. По мере того как экономический прогресс набирает обороты, главной заботой большинства стран становится инвестиционная привлекательность. Она служит комплексным показателем, определяющим целесообразность направления инвестиций в конкретные объекты, включая страны, регионы, отрасли или предприятия.

Россия также заинтересована в росте ПИИ на текущий момент. Но за последние 10 лет отмечается изменения в структуре и объемах инвестиций в российскую экономику. Так, уже с 2014 года усилились тенденции к сокращению иностранных инвестиций, они усугубились пандемией коронавируса в 2020 г. и обострением геополитической ситуации в 2022 г. [5].

Но прежде всего, обратим внимание на глобальные ПИИ. После периода восстановления в 2021 году глобальные ПИИ упали на 12% в 2022 году до \$1,3 трлн (Рис. 1). Согласно отчету ЮНКТАД (Конференция ООН по торговле и развитию) это произошло главным образом из-за глобальных проблем – кризиса на Украине, высоких цен на продовольственные товары и энергоносители, а также стремительного роста государственных долгов [8].

Снижение ПИИ ощутили, в основном, развитые страны, где ПИИ сократились на 37% до \$378 млрд. Но потоки в развивающиеся страны выросли на 4% – хотя и неравномерно: несколько крупных развивающихся стран привлекли большую часть инвестиций, в то время как потоки в наименее развитые страны сократились.

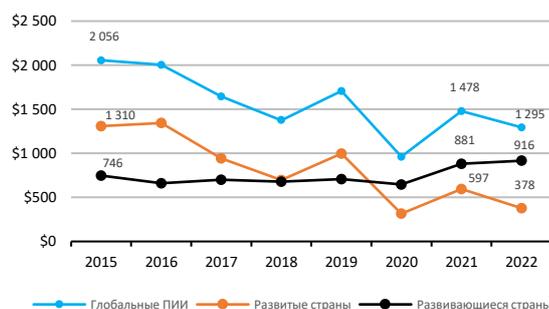


Рисунок 1 – Прямые иностранные инвестиции в мире, млрд. долл.

Глобальные проблемы затронули и Россию. При рассмотрении динамики ПИИ в России (согласно данным ЦБ РФ – Рис. 2) можно заметить, что поступление ПИИ циклично. Так, падение инвестиций в 2020 г. можно объяснить пандемией и «охлаждением» инвестиционной активности, которая произошла не только в России, но и в других странах. С другой стороны, снижение в 2018 г. связано с геополитическими рисками (хотя и не такими серьезными как сегодня) и беспокойством бизнеса, относительно инвестирования капитала в Россию, а также с прямыми запретами на сотрудничество с российскими компаниями, которые уже тогда имели место быть [7].

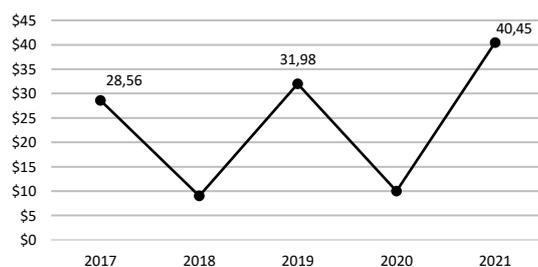


Рисунок 2 – Объем ПИИ за 2017-2019 гг., в млрд. долл.

С 2021 г. ЦБ РФ перестал публиковать детальные отчеты о динамике ПИИ. Поэтому мы обратимся к иностранным источникам [8, 10]. Так, объем ПИИ в Россию сократился до отрицательных значений в 2022 году (Рис. 3). Показатель сократился до минус 19 миллиардов долларов с 39 миллиардов в 2021 году. Это связывают с резким уходом

иностранных компаний из России на фоне введенных Западом санкций и репатриацией ими своих инвестиций. По нашему мнению, эта тенденция продолжится, не смотря на усилия правительства по ограничению репатриации ПИИ.



Рисунок 3 – Прямые иностранные инвестиции в России, млрд. долл.

Как правило, на приток прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в Россию влияют различные факторы. Среди них можно выделить наиболее значимые, на наш взгляд:

1. Политическая и экономическая стабильность. Стабильные политические и экономические условия создают благоприятную среду для иностранных инвесторов. Эти элементы играют ключевую роль в экономическом росте и развитии страны. Политическая стабильность снижает риски инвесторов, что делает их более склонными к инвестированию.
2. Инвестиционный климат. Благоприятный инвестиционный климат имеет решающее значение для привлечения иностранных инвесторов и включает в себя такие аспекты, как налоговая политика, государственное регулирование и бюрократические процессы. Позитивный инвестиционный климат способствует

укреплению доверия среди международных инвесторов, побуждая их вкладывать капитал в страну. И наоборот, плохой инвестиционный климат может отпугивать иностранных инвесторов из-за повышенных рисков и неопределенности.

3. Правовая база. Создание последовательной и надежной правовой структуры, обеспечивающей права и защиту иностранных инвесторов, имеет решающее значение для привлечения ПИИ. Эта структура служит одним из основных факторов, влияющих на приток иностранных инвестиций в страны мира, и Россия не является исключением.
4. Размер потребительского рынка. Размер рынка играет определяющую роль в потенциальном возврате инвестиций. На текущий момент Россия, с ее обширной потребительской базой, богатыми природными ресурсами и стратегическим географическим положением способна привлекать значительный размер ПИИ, не смотря на санкционное давление [4].

По нашему мнению, именно первые два фактора сыграли свою роль в 2022 году и повлияли на ухудшение потоков ПИИ. Из-за нестабильности на финансовых рынках и в экономике целом иностранные инвесторы побоялись брать на себя высокие риски и начали активно репатриировать свой капитал или прекращать вложения в российскую экономику полностью. Снижение инвестиционного климата, которое было вызвано санкциями и давлением на

финансовый рынок продолжило эту негативную тенденцию [3]. И сегодня приток ПИИ сталкивается с рядом ограничений, главным из которых является общее состояние экономики и повышенные риски для иностранных инвесторов. Такие факторы как снижение реальных доходов населения, геополитическая напряжённость из-за эскалации конфликта на Украине, рост процентных ставок, административное давление и недостаточная институциональная защита способствуют снижению общего уровня привлекательности российского рынка для иностранных инвесторов [9].

Можно сделать вывод, что Россия на текущий момент является одним из менее привлекательных регионов для ПИИ. Это связано с рядом факторов, одним из которых является массовый уход иностранного капитала из страны с введением санкций. Другой фактор, связан с возможным запретом взаимодействовать иностранным инвесторам с российскими контрагентами, т.е. введением вторичных санкций для тех стран, которые продолжают тем или иным способом инвестировать в Россию. Также, запреты на реализацию ПИИ в некоторые отрасли исключают возможность инвестирования в них. При этом, снижение инвестиционной привлекательности повлияло и на снижение имиджа российских компаний в целом. Несмотря на то, что условия функционирования и бизнес-модели российских компаний не изменились, они стали неинтересны для иностранцев из-за введения их правительствами ограничений на работу с российским капиталом [6]. Обостряют ситуацию и ответные ограничения, введенные российским правительством на вывод капитала для тех компаний, кто инвестировал в Россию до 2022 года. Несмотря на снятие некоторых ограничений в текущем году, в том числе и на продажу валюты, в перспективе нескольких лет объем ПИИ с малой долей вероятности вернуться на уровень 2021 г.

На наш взгляд, для привлечения иностранных инвестиций в Россию необходимо создание следующих условий:

1. Улучшение экономической ситуации и повышение определенности на финансовом и потребительском рынке. Здесь необходимо продолжить финансировать национальные проекты, связанные с инвестициями в инфраструктуру, цифровую экономику, образовательные и медицинские программы, а также оказывать содействие развитию малого и среднего предпринимательства. Также необходимо поддерживать стабильный уровень инфляции и курса валют. Немаловажное значение имеет устойчивый рост ВВП в долгосрочной перспективе.

2. Внедрение изменений в правовую базу, регулирующую иностранные инвестиции. Необходимо снижение административной нагрузки за счет упрощения бюрократических процедур, повышения прозрачности и эффективности нормативных протоколов. Здесь немаловажным фактором является защита иностранных инвестиций от незаконного поглощения (или поглощения государством) а также обеспечение прав инвесторов на доход от их вложений в долгосрочной перспективе.

3. Изменение налогообложения иностранных компаний. Необходимо обеспечить ясное и последовательное толкования и применения налогового законодательства, снизить ставки для иностранных компаний, занимающихся высокотехнологическим производством или оказанием услуг, связанных с ИТ, устранить двойное налогообложение с теми странами, которые не вводил санкций против России. Важным фактором является обеспечение стабильности и предсказуемости налоговой политики путем отказа от частых изменений налогового законодательства. Все это может создать более благоприятную налоговую среду для привлечения ПИИ.

4. Снижение коррупционной

составляющей является необходимым условием для увеличения привлекательности российского рынка. Традиционно, коррупций считалась серьезным препятствием на пути ПИИ с точки зрения иностранных компаний. Необходимо, путем регулирования правовой среды и подготовки квалифицированного персонала, нивелировать риски, связанные с коррупцией, чтоб обеспечить позитивный регуляторный фон для иностранных инвесторов.

Важное значение имеет активное

развитие связей со странами Азии и Ближневосточного региона. На сегодняшний день, эти страны являются единственными потенциальными партнерами для России. Необходимо увеличивать привлекательность для инвесторов из этих регионов, налаживая сотрудничество как с правительствами отдельных стран, так и с региональными институтами, такими как Банк развития БРИКС, Фонд Шелкового пути, Азиатский банк инфраструктурных инвестиций и др. [2].

Литература:

1. Власова О.В., Скобликова Т.В., Жмакина Н.Д. Влияние политико-экономических санкций на инвестиционный климат в России // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2022. – № 5-3. – С. 337-343; URL: <https://vael.ru/ru/article/view?id=2215>;
2. Горбунова О. А. Привлечение прямых иностранных инвестиций в российскую экономику в условиях действия санкций // Российское предпринимательство. 2018. №8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/privlechenie-pryamyh-inostrannyh-investitsiy-v-rossiyskuyu-ekonomiku-v-usloviyah-deystviya-sanktsiy>
3. Горбатко, Е. С. Инвестиционная политика Российской Федерации: влияние санкций / Е. С. Горбатко, А. И. Жаднов // Вестник евразийской науки. — 2023. — Т. 15. — № 3. — URL: <https://esj.today/PDF/24FAVN323.pdf>
4. Кудряшов, А. Л. Прямые иностранные инвестиции в финансовую систему России в условиях санкционного давления / А. Л. Кудряшов // Вестник евразийской науки. — 2023. — Т. 15. — № 1. — URL: <https://esj.today/PDF/71ECVN123.pdf>
5. Лыткин С.О. Привлечение прямых иностранных инвестиций: проблемы и пути решения в условиях санкций // Экономика, предпринимательство и право. – 2022. – Том 12. – № 6. – С. 1841-1854. – doi: 10.18334/epp.12.6.114815.]
6. Прохорова О. В. Оценка роли прямых иностранных инвестиций на экономическое развитие // Постсоветский материк. 2023. №3 (39). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-rolipryamyh-inostrannyh-investitsiy-na-ekonomicheskoe-razvitiye> (дата обращения: 22.12.2023);
7. Статистика внешнего сектора. // Официальный сайт Банка России: [сайт]. — URL: https://www.cbr.ru/statistics/macro_itm/svs/;
8. World investment report // United Nations Conference on Trade and Development: [сайт]. — URL: <https://unctad.org/publication/world-investment-report-2023>;
9. Loan Quynh Thi Nguyen. // The impact of economic sanctions on foreign direct investment: empirical evidence from global data: [сайт]. — URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JED-10-2022-0206/full/html>;
10. Tradingeconomics // Электронный ресурс: [сайт]. — URL: <https://tradingeconomics.com/about-te.aspx>

Селютин Леонид Анатольевич,
Аспирант АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: selytin.leonnid@gmail.com
SPIN: 8568-5141
ORCID: 0000-0001-7534-8907

Научный руководитель:

Морозов Михаил Анатольевич,

д.э.н., профессор АНО ВО «Российский новый университет»

e-mail: mmorozov@bk.ru

SPIN-код:7557-1585

ORCID:0000-0002-6693-9884

Применение эффективных методов финансирования спорта в регионах РФ (на примере зарубежной практики)

Аннотация: рассматривается опыт финансирования спорта зарубежных государств. В пример были взяты такие инструменты как грантовая поддержка, формирование эндаумент-фонда, краудфандинг, спортивные лотереи для оказания поддержки субъектам спорта. Далее был проведен анализ финансовой поддержки спорта в РФ, а также, были предложены подходы к адаптации наиболее успешного зарубежного опыта в России с учетом специфики отечественной спортивной отрасли.

Ключевые слова: бюджет; инвестирование; экономика спорта; спортивный менеджмент; финансирование спорта; гранты; эндаумент-фонд; краудфандинг

Shatunov A.A.

Application of effective methods of financing sports in the regions of the Russian Federation (based on the example of foreign practice)

Annotation: the experience of financing sports of foreign countries is considered. Examples included such tools as grant support, the formation of an endowment fund, crowdfunding, and sports lotteries to provide support to sports subjects. Next, an analysis of financial support for sports in the Russian Federation was carried out, and approaches were proposed for adapting the most successful foreign experience in Russia, taking into account the specifics of the domestic sports industry.

Keywords: budget; investments; sports economics; sports management; sports financing; grants; endowment fund; crowdfunding

Грантовая поддержка

Грантовая поддержка в спорте – один из инструментов, который может существенно помочь спортсменам, тренерам и спортивным организациям в достижении их целей. Гранты могут предоставляться государственными органами, частными фондами или спортивными организациями.

Существуют различные виды грантов в спорте. Например, они могут использоваться для финансирования тренировочных лагерей и сборов, приобретения спортивного оборудования, оплаты труда тренеров и медицинского персонала, участия в

соревнованиях и турнирах или поддержки спортсменов с ограниченными возможностями.

Для получения гранта в спортивной сфере обычно требуется план работы или проекта, в котором указываются цели и задачи, которые должны быть достигнуты с помощью гранта, и ожидаемые результаты. Для получения гранта необходимо пройти конкурсный отбор, в ходе которого спортивная организация представляет свой проект и доказывает его осуществимость и актуальность [1, с.29].

Грантовая поддержка способствует

развитию спортивного таланта и помогает спортсменам добиваться высоких результатов. Гранты особенно важны для молодых спортсменов, которые только начинают свою карьеру и не получают достаточной финансовой поддержки.

В целом гранты в спорте играют важную роль в поддержке и развитии спорта и доступны для участников различных категорий, от любителей до профессиональных спортсменов.

Гранты для спортсменов могут предоставляться различными организациями, включая государственные учреждения, спортивные федерации, фонды и благотворительные организации. Гранты предоставляются отдельным спортсменам, командам и спортивным клубам.

Чтобы получить грант, спортсмены должны подать заявку с описанием своих спортивных достижений, планов на будущее и потребности в финансовой поддержке.

Заявки рассматриваются комиссией, которая принимает решение о выделении гранта.

Грантовая поддержка спортсменов играет важную роль в развитии спорта, помогая талантливым спортсменам реализовать свой потенциал, давая им возможность участвовать в международных соревнованиях.



Рис. 1. Схема поддержки спорта высших достижений через гранты

Эндаумент-капитал

Эндаумент-капитал в спорте - один из финансовых инструментов, доступных для поддержки и развития спортивных организаций [2, с.23].

Эндаумент-капитал — это капитал или средства, созданные путем привлечения денег из различных источников, включая частных

лиц, компании и благотворительные фонды. Эти средства инвестируются для получения более высокой прибыли и используются для поддержки спорта.

Преимущество целевых капиталов в спорте заключается в их долгосрочной жизнеспособности и стабильности. Это означает, что эндаументы могут служить источником финансирования в течение длительного периода времени, обеспечивая стабильность спортивных организаций и позволяя осуществлять долгосрочные проекты и программы развития.

Как правило, эндаументы инвестируются в различные активы, такие как недвижимость, ценные бумаги, фондовые индексы и другие финансовые инструменты, которые диверсифицируют риски и обеспечивают стабильный доход. Полученный доход может быть использован для финансирования спортивных программ, развития инфраструктуры, выплаты заработной платы тренерам и спортсменам, закупки оборудования и других мероприятий [3, с.43].

Известным примером целевого капитала в спорте является фонд капитала Национальной футбольной лиги (НФЛ) в США. Этот фонд был создан для финансовой поддержки и развития команд и программ в рамках НФЛ.

В целом, эндаументы в спорте являются важным средством обеспечения долгосрочной финансовой стабильности и поддержки для спортивных организаций. Они способствуют развитию спорта и создают благоприятные условия для того, чтобы спортсмены могли выступать на высоком уровне и развиваться в своих дисциплинах. Одним из главных преимуществ пожертвований в спорте является то, что они обеспечивают устойчивый и предсказуемый источник дохода для спортивных организаций и отдельных спортсменов. Это позволяет им сосредоточиться на своей профессиональной деятельности и развитии, не отвлекаясь на

постоянный поиск средств.

Однако эндаументы также могут создавать зависимость спортивных организаций от инвесторов и влиять на принятие решений в интересах бизнеса, а не спортивных целей. Привлечение эндаументов - сложный процесс, требующий высокого послужного списка и потенциала для привлечения инвесторов.

Эндаумент-фонды отличаются от традиционных благотворительных фондов тем, что деньги, полученные от пожертвований, вкладываются в различные финансовые инструменты, а из полученных средств выплачиваются гранты.

Спортивные лотереи

Спортивные лотереи в спорте — это форма азартных игр, используемая для финансирования спортивных программ, развития инфраструктуры и поддержки спортивных организаций.

В спортивных лотереях игроки покупают лотерейные билеты, на которых обычно изображены цифры и символы. Затем проводится розыгрыш лотереи, в ходе которого определяется выигрышная комбинация или номера, и игрок получает приз.

Деньги, вырученные от продажи лотерейных билетов, могут быть использованы для различных спортивных целей. Например, они могут быть использованы для поддержки спортивных программ для молодежи, спортивных школ и развития инфраструктуры, такой как строительство стадионов, спортивных комплексов и тренировочных площадок. Кроме того, средства лотереи могут быть использованы для выплаты заработной платы спортсменам и тренерам, а также для организации спортивных мероприятий и тренировочных лагерей.

Спортивные лотереи могут быть как отдельными мероприятиями, организуемыми спортивной организацией или государственной лотереей, так и частью более

крупной национальной или международной лотерейной программы. Такие программы, как лотерейные билеты на Олимпийские игры или чемпионат мира по футболу, очень популярны среди болельщиков и любителей спорта, которые хотят поддержать своих любимых спортсменов или команды.

Однако стоит отметить, что спортивные лотереи также могут вызывать негативную реакцию и критику. Некоторые люди выступают против организации азартных игр в спорте на том основании, что это может способствовать развитию игровой зависимости и нанести вред обществу. Поэтому организация спортивных лотерей требует сбалансированного и четкого регулирования, чтобы обеспечить пользу для спорта и свести к минимуму возможные негативные последствия.

Стимулирование частных инвестиций

Содействие частным инвестициям в спорт - важный элемент развития спортивной индустрии. Частные инвестиции финансируют спортивные программы и проекты, улучшают инфраструктуру и позволяют спортивным организациям и командам достигать новых высот.

Существует несколько способов поощрения частных инвестиций в спорт, в том числе:

1. создание благоприятного инвестиционного климата: государства могут создавать стимулы, такие как специальные налоговые льготы, для частных инвесторов в спорт. Такие меры снижают инвестиционный риск и делают спортивные проекты более привлекательными для потенциальных инвесторов.

2. Партнерство с частным сектором: спортивные организации и органы государственной власти могут вступать в партнерские отношения с частными компаниями. Такие партнерства могут включать спонсорство, пожертвования, совместные проекты и программы по развитию спорта и т. д.

3. разработка инвестиционных продуктов: разработка финансовых продуктов, специально предназначенных для инвестиций в спорт, может привлечь больше частных инвесторов. Возможные финансовые продукты включают облигации, инвестиционные фонды, паевые инвестиционные фонды и IPO спортивных компаний, где инвесторы могут получить выгоду от спортивных инвестиций.

4. развитие коммерческих возможностей: создание коммерческих возможностей в спортивной индустрии, таких как торговля лицензионной продукцией, права на СМИ и спонсорские сделки, может привлечь инвестиции частного сектора. Это также может развить саму спортивную индустрию и сделать ее более привлекательной для инвесторов.

5. прозрачность и эффективность управления: спортивные организации должны стремиться к высокому уровню прозрачности и эффективности в управлении своими финансами и ресурсами. Это вызовет доверие со стороны потенциальных инвесторов и повысит вероятность инвестиций в спорт.

Содействие частным инвестициям в спорт — это взаимовыгодный процесс, который финансирует развитие спортивной индустрии, создает рабочие места, способствует экономическому росту и повышает вовлеченность общественности в спорт.

Финансовая система российской федерации

Финансы органически связаны с функционированием государства. Финансовая система как форма организации финансов различна в разных государствах и меняется в любом обществе в ходе исторического развития.

Финансовая система любого государства может быть представлена как совокупность сфер финансовых отношений, каждая из которых имеет свои специфические особенности в формировании и

использовании фондов денежных средств целевого назначения, различной ролью в общественном воспроизводстве и связанных между собой денежными потоками в рамках существующего законодательства т.е., финансовая система – это форма организации финансового кругооборота в стране, сложившаяся исторически и оформленная национальным законодательством.

Каждое звено финансовой системы – это достаточно самостоятельная, относительно обособленная группа финансовых отношений, отличающаяся от других специфическими методами и формами образования и использования денежных фондов и доходов.

Финансовая система Российской Федерации в целом состоит из двух укрупненных подсистем: государственных и муниципальных финансов и финансов хозяйствующих субъектов. В зависимости от конкретных форм и методов формирования доходов и денежных фондов они в свою очередь делятся на звенья.



Рис. 2. Финансовая система РФ

Финансы физкультурно-спортивных организаций – это денежные фонды, предназначенные для обеспечения выполнения плановых заданий этих организаций, осуществления физкультурной и спортивной деятельности.

Они выражают экономические отношения, связанные с мобилизацией и рациональным использованием фондов денежных средств в интересах развития физической культуры и спорта и удовлетворения на этой основе растущих потребностей членов общества в физическом

развитии.

В соответствии со ст.10 ФЗ №329-ФЗ от 04.12.2007 «О физической культуре и спорте в Российской Федерации», физкультурно-спортивные организации могут быть коммерческими организациями, некоммерческими организациями и создаваться в различных организационно-правовых формах, предусмотренных законодательством Российской Федерации для коммерческих и некоммерческих организаций [4, с.20].

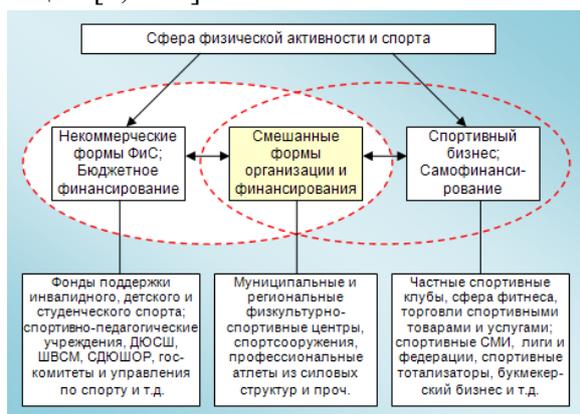


Рис. 3. Структура и состав физкультурно-спортивной отрасли, подразделенной по принципу финансирования

Источники финансирования физической культуры и спорта можно разделить на собственные и заемные.

Собственные источники, в свою очередь, подразделяются на внутренние и внешние.

К внутренним источникам относятся:

- поступления от учредителей
- прибыль, остающаяся в распоряжении организации
- амортизационные отчисления
- прочие источники

В свою очередь основной источник финансирования коммерческих физкультурно-спортивных организаций - прибыль - формируется в результате:

- Доходов от оказания спортивных платных услуг;
- Издательской деятельности;

- Выпуска значков, атрибутики, сувениров;
- Продажи прав на трансляцию теле- и радиоккомпаниям;
- Доходов от аренды;
- Доходов от продажи билетов;
- Доходов от игровой деятельности;
- Доходов от трансфертов спортсменов;
- Доходов от операций с ценными бумагами;
- Рекламы.

Внешние источники финансирования физкультурно-спортивных организаций подразделяются на бюджетное и внебюджетное финансирование.

Бюджетное финансирование – это государственное финансирование, осуществляемое из федерального, регионального и местного бюджетов.

Внебюджетное финансирование:

- Финансирование по линии общественных фондов, образовательных учреждений и профессиональных союзов;
- финансирование, осуществляемое по линии олимпийских комитетов и международных спортивных организаций;
- поступления от фандрайзинга (инвестиции, спонсорство, меценатство, гранты).

Заемные источники – финансовые ресурсы, привлекаемые предприятиями на правах временного владения, предполагают возврат в четко установленные сроки и плату за их использование. К числу их относятся:

- кредиты и займы банковских учреждений,
- кредиты и займы других предприятий
- средства от выпуска и продажи облигаций

Заключение.

Анализ зарубежного опыта показывает, что в физкультурно-спортивном секторе существуют различные механизмы

финансирования, которые могут быть адаптированы к национальным спортивным реалиям.

Одним из основных источников финансирования спорта является государственный бюджет. Российское государство выделяет средства на развитие спорта и поддержку спортивных мероприятий.

Это и финансирование федеральных программ развития спорта, и поддержка олимпийского движения, и финансирование строительства и ремонта спортивных объектов, и гранты и субсидии спортивным организациям и клубам.

Помимо государственного бюджета, российский спорт финансируется частными компаниями и спонсорами. Многие крупные компании спонсируют спортивные клубы и команды, оказывая не только финансовую, но и рекламную и маркетинговую поддержку.

Доходы от спортивных трансляций и продажи прав на проведение спортивных соревнований - еще один важный источник финансирования спорта. Телевизионные компании и медиаорганизации приносят доход спортивным клубам и ассоциациям, размещая рекламу в эфире и оплачивая права на трансляцию спортивных мероприятий.

В России также существуют различные фонды, оказывающие финансовую поддержку спорту. Например, Фонд развития спорта и фонд "Крылья Советов".

Однако, несмотря на эти и другие источники финансирования, в России по-прежнему существуют проблемы с финансированием спорта.

Среди них - неравномерное распределение средств, коррупция и неэффективное использование финансовых ресурсов.

Литература:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 08.06.2020) / СПС «КонсультантПлюс»
2. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 16.12.2019, с изм. от 12.05.2020) / СПС «КонсультантПлюс»
3. Морозова И.А. Благотворительность в системе высшего образования: мировой опыт и российские перспективы создания эндаумент-фондов. *Региональная экономика: теория и практика*, 2015, № 6 (381), сс. 31-41.
4. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 146-ФЗ СПС «КонсультантПлюс»
5. Налогообложение у бюджетных учреждениях физкультурно-спортивной направленности//Миташкина Е. С., Иванова А.Д./ "Некоммерческие организации в России" №4 год – 2014

Шатунов Александр Анатольевич,
Аспирант АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: sshatc03@gmail.ru
SPIN: [5052-6670](#)
ORCID: [0009-0000-6318-3092](#)

Научный руководитель:
Морозова Наталья Степановна,
д.э.н., профессор, АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: sks@rosnou.ru
SPIN: [5293-6600](#)
ORCID:[0000-0002-6491-363X](#)

ПРАВО В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ МНОГОПОЛЯРНОГО МИРА: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

УДК: 340

Кузьменко Ю.А.

Налоговые преференции и налоговые льготы: соотношение понятий

Аннотация: В статье представлены понятия терминов «налоговая льгота» и «налоговая преференция»: сходства и различия. Автор раскрывает на основе анализа юридические и экономико-правовые аспекты разграничения «налоговая льгота» и «налоговая преференция». По результатам исследования определена правовая сущность налоговой преференции как составляющей налоговых преимуществ. Внесены предложения по совершенствованию института налоговых преференций в целях единообразия применения данного понятия.

Ключевые слова: налоговая льгота; налоговая преференция; преимущества; послабления

Kuzmenko Yu.A.

Peculiarities of translation of english and chinese texts using machine translation

Annotation: The article presents the concepts of the terms "tax benefit" and "tax preference": similarities and differences. Based on the analysis, the author reveals the legal and economic-legal aspects of the differentiation of advantages in the form of tax cuts. According to the results of the study, the legal essence of tax preferences as a component of tax advantages has been determined. Proposals have been made to improve the institution of tax preferences in order to ensure uniformity in the application of this concept.

Keywords: tax benefit; tax preference; advantages; exemptions

В настоящее время в Российской Федерации активно проводится государственная политика в сфере налогового стимулирования налогоплательщиков. Налоговое стимулирование реализуется с учетом применения налоговых льгот и налоговых преференций. Развитие налогового законодательства прежде всего - это налоги, которые призваны выполнять фискальную функцию как правило, формируя доходную часть государственного бюджета.

Трансформация экономических процессов в условиях рыночной экономики

предопределила иные подходы в регулировании налоговых льгот и достаточно нового понятия в налоговых правоотношениях такое как «преференции». В настоящее время правовые режимы налоговых льгот и преференций требуют научного исследования как со стороны ученых-экономистов, так и ученых - правоведов. Несмотря на регулирование налоговых льгот и преференций правовая природа остаётся в доктринальной динамике исследования. Безусловно, необходимо рассмотреть налоговые льготы и преференции с точки

зрения налогового регулирования и соотношения составляющих элементов.

Стоит отметить, что установление налога происходит в соответствии с обязательными элементами налогообложения и определением налогоплательщика (п.1 ст. 17 НК РФ). Поэтому льготу законодатель относит к факультативным элементам, т.е. необязательным. Налогоплательщик может как отказаться от льготы, так и не применять ее временно (п.2 ст.56 НК РФ) [1].

Итак, ст. 56 НК РФ закрепляет налоговую льготу как предоставление преимуществ в неуплате налога либо уплачивать в уменьшенном виде сумму начисленного налога отдельным категориям налогоплательщиков. Согласно Налоговому кодексу РФ налоговая льгота не имеет индивидуального характера, поскольку ее применение не является обязанностью, а является правом.

Теория налогового права определяет налоговую льготу как инструмент, регулирующий функции налога с более низкой налоговой нагрузкой на налогоплательщика. Стоит обратить внимание, что НК РФ закрепляет уменьшение налога и либо вообще его неуплате при налоговой льготе, но при этом ничего не упоминается об отсрочке и рассрочке уплаты налогов на федеральном уровне, так и на уровне субъектов Российской Федерации. Также необходимо отметить, что НК не разделяет налогоплательщиков на категории, а отражает их определенными свойствами и признаками, которые характерны для налогоплательщиков. В письме Минфина определяется толкование категорий налогоплательщиков и признаков к ним, для четкого определения налоговым органом предмета установлений категорий по видам деятельности [2].

Установления правил налоговых льгот происходит посредством регулирования ст.56 НК: Также необходимо отметить, что есть статьи Налогового кодекса, которые

напрямую не регулируют налоговые льготы, но подразумевается, поскольку предусмотрены налоговые вычеты пониженные ставки (ст.284,381 НК РФ). [6, С.6].

Анализируя методологию налоговой льготы, значение и влияние на экономику государства, на наш взгляд, мы сталкиваемся близкому по значению понятию «преференции». Безусловно, отсутствие в понятии «налоговая преференция» в Налоговом кодексе обуславливает затруднения в разграничении данных понятий. Преференция (от лат. *praefere*ntis - предпочтение) налоговая преференция - система благоприятных условий для налогоплательщиков, предоставленных государством в контексте приоритетов и послаблений, а также преимуществ в виде сниженных ставок по конкретным налоговым обязательствам с учетом встречных обязательств со стороны налогоплательщиков. По смыслу, казалось бы, данные понятия идентичны, но тем не менее есть и сходства, и различия.

Законодатель не устанавливает единый подход относительно налоговых льгот и налоговых преференций. Одни ученые разграничивают эти понятия, другие считают налоговые преференции шире чем льгота и полагают, что преференции это и есть льгота. С такими позициями нельзя согласиться, поскольку налоговая льгота и преференция имеют одну общую цель – это снижение итоговой налоговой нагрузки на налогоплательщика, стимулируя различные виды экономической деятельности. Но механизм регулирования данных категорий разный.

Анализируя ст.56 НК РФ следует, что налогоплательщик может не пользоваться налоговой льготой на неопределенный срок, т.е. приостановить использование той или иной льготы, потом через время опять начать применение. А вот при применении налоговой преференции такая возможность отсутствует.

Таким образом, исходя из анализа преференция является обязательным элементом налогообложения. Еще один немаловажный аспект, что за неприменение льгот штрафы не предусмотрены, за преференции штрафы существуют. При применении льгот налогоплательщик должен подтвердить правомерность документально в налоговом органе, а при отказе от них не обязан информировать (в отдельных случаях такая обязанность возникает). Налоговый орган обязан дать разъяснение по поводу преференций если поступило письменное заявление налогоплательщика, а по использованию льгот не обязаны.

С учетом налоговых послаблений налоговые льготы предусматривают нулевые и пониженные ставки, вычеты и освобождения от определенных операций с доход и имущества и т.п.

Налоговое законодательство устанавливает налоговые льготы по налогам как региональным, так и местным, таким как: «транспортный налог, - налог на имущество организаций; земельный налог; налог на имущество физических лиц». Налоговые послабления предусмотрены по федеральным налогам в частности к ним относятся НДС, акцизы, налог на прибыль, НДФЛ, НДПИ, НДДУ и т.д.

Также стоит сказать, что льготным обложением обладают и специальные налоговые режимы, которые предусмотрены для среднего и малого бизнеса. На наш взгляд, инструмент налогового регулирования, в частности налоговая льгота зарекомендовала себя как важный механизм налоговых правоотношений. Общий массив норм налогового законодательства предусматривают изменение сроков или послабления, но прямо не касаются преференций, поэтому, например, к налоговым преференциям можно отнести норму об изменении сроков уплаты налога и сбора на более поздние сроки или изменить сроки в форме отсрочки или рассрочки

инвестиционного налогового кредита (п. 3 ст. 61 НК РФ).

Представляется, что налоговая льгота не имеет индивидуальных отсрочек и рассрочек платежей, например, по инвестиционным налоговым кредитам. Поэтому, это является больше налоговой преференцией, поскольку изменяются сроки уплаты налогов и сборов.

Кроме того, налоговые каникулы можно тоже отнести к налоговой преференции, поскольку налоговая политика предполагает меры поддержки малого и среднего бизнеса. Во время каникул действуют налоговые ставки-0 процентов. В период налоговых каникул предприниматели не уплачивают налоги по спецрежимам. Таким образом, к налоговым преференциям следует относить: нулевые ставки, пониженные ставки, налоговые вычеты, предоставление отсрочек, рассрочек и налоговые каникулы, а также освобождение от уплаты авансовых платежей по некоторым налогам.

Все вышесказанное позволяет сделать вывод, что понятие термина «налоговая преференция» шире, чем налоговая льгота, поскольку охватывает различные налоговые взаимоотношения.

Автор Данилова В.В. высказывает мнение о том, социальный и экономический характер могут носить как налоговые преференции, так налоговые льготы, поскольку направлены на развитие инновационного сектора экономики, либо направлены на создание рабочих мест и т.д.) [3, С.3].

Следует отметить общие черты схожих по значению понятий налоговая льгота и преференция – это освобождение от уплаты налоговых обязательств; соответственно уменьшение налоговой нагрузки на налогоплательщика, а также специальные меры в системе налогового регулирования.

Необходимо отметить, что в теории налогового права многие ученые выделяют и

сходства, и различия, но тем не менее на законодательном уровне отсутствует четкая характеристика налоговых преференций, что приводит к непониманию применения возможностей снижения налоговой нагрузки для налогоплательщика.

Таким образом, в налоговой системе налоговые льготы и преференции являются одним из ключевых механизмов для налогоплательщиков – физических лиц, так и для субъектов предпринимательства. Данные категории направлены на обеспечение задач и

функций государства в предоставлении стимулирования незащищённых слоев населения и предпринимательства по видам экономической деятельности. В российском законодательстве отсутствует полная классификация налоговых льгот и преференций. На наш взгляд, необходимо на законодательном уровне дополнить правовое регулирование налоговых преференций, разработать классификацию и виды преференций, и механизм их предоставления.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ //Собрание законодательства РФ", N 31, 03.08.1998, ст. 3824.
2. Письмо Минфина России от 28.06.2021 N 03-11-06/2/50732[Электронный ресурс]// Режим доступа://<https://online1.consultant.ru/cgi/online.cgi?req=doc&base=QUEST&n=205200&cacheid=154A69D4AA536DD67EDA12F8931C2288&mode=splus&rnd=k9yE5g#R1guc4U4kdiA6bQc2>(дата обращения 20.01.2023)
3. Данилова В.В. Налоговые преференции: понятие, виды, цели и порядок получения// Оплата труда: бухгалтерский учет и налогообложение. - № 4- 2022. - С.3

Кузьменко Юлия Алексеевна,
к.ю.н., доцент кафедры финансового права юридического факультета Института экономики,
управления и права Российского государственного гуманитарного университета,
e-mail: julkuzmenko@yandex.ru

Политика государства в отношении гражданского общества: опыт и перспективы в России

***Аннотация:** Статья посвящена анализу разработки и реализации политики государства в отношении гражданского общества в России. Признание важности социальных институтов и необходимости построения взаимодействия между гражданским обществом и государством предопределяет выработку государственной политики и разработку законодательства, определяющего пределы допустимого вмешательства со стороны государства, а также установление запретов и ограничений, что особенно актуально в сложной современной международной ситуации. В свете тенденций последних лет политика государства изменяется, в том числе в аспекте установления дополнительных ограничений для целей обеспечения национальной безопасности государства. По результатам исследования сделаны выводы о том, что государство максимально ориентировано на построение взаимодействия с гражданским обществом, а существующие ограничения обусловлены объективными причинами.*

***Ключевые слова:** ветви власти; государство; механизм государства; общество; принцип разделения властей; управление; функции государства*

Grigoriev A.A., Kornilov A.R.

State policy towards civil society: experiences and perspectives in Russia

***Annotation:** The article is devoted to the analysis of the development and implementation of state policy toward civil society in Russia. Recognition of the importance of social institutions and the need to build interaction between civil society and the state predetermines the development of state policy and the development of legislation defining the limits of permissible state intervention, as well as the establishment of prohibitions and restrictions, which is especially relevant in the complex modern international situation. In the light of the trends of recent years, the state policy is changing, including in the aspect of establishing additional restrictions for the purposes of ensuring the national security of the state. According to the results of the study, it is concluded that the state is maximally oriented to the development of interaction with civil society, and the existing restrictions are based on objective reasons.*

***Keywords:** branches of power; state; state mechanism; society; principle of separation of powers; governance; functions of the state*

Гражданское общество как самостоятельная категория, как объект исследования привлекает внимание в России на протяжении последних десятилетий в свете демократизации системы управления, стремления государства к построению диалога с обществом. Отказ от дальнейшего

государственного управления в том виде, в каком оно существовало в тоталитарном государстве предполагает поиск путей взаимодействия, определения направлений развития государственной политики в данной сфере. Следует учитывать, что, в свете продолжительного существования советского государства опыта у России по формированию гражданского общества не было, вследствие чего сама идея формировалась достаточно долго и на основе заимствования опыта иных стран.

Проблемой формирования политики государства в отношении гражданского общества стала невозможность прямого заимствования опыта иных стран в силу специфики национальных особенностей, менталитета населения, возможности перестроить восприятие гражданских институтов населением и изменить политику государства радикально. Однако потребность в активизации гражданского общества, построении системы его взаимодействия с государством необходимы, потому что гражданское общество допустимо рассматривать как обязательный элемент демократизма.

Становление представления о том, какова должна быть политика государства в данной сфере, по убеждению ряда исследователей, предполагало, что будет иметь место «игра с нулевой суммой» [1, с. 47]. Иными словами, усиление и повышение роли институтов гражданского общества неизбежно должно было снизить влияние государства и повысить роль гражданских институтов, что возможно в условиях активности населения. Как основные институты гражданского общества традиционно рассматриваются партии и общественные движения, имеющие возможность реализации идей населения, решения наиболее важных социальных проблем.

Особенность российской государственной политики в современных

условиях проявляется в том, что, в свете признания многопартийности, полного отказа от доминирования одной партии не произошло. Безусловно, влияние партии не идентично тому, что имело место в советский период, но большинство институтов гражданского общества ориентированы на взаимодействие с «партией власти».

Можно предположить, что возникновение подобной ситуации отчасти обусловлено невозможностью мгновенной перестройки мышления, системы государственного управления, а также отказом от единой идеологии и отсутствием альтернативы идеологии. Единство общества предполагает наличие общей цели, определенных ориентиров, что достигается, как показывает исторический опыт, наличием общей религии, общей идеологии или общей идеи. Значительное влияние одной из существующих партий является оправданным в сложных современных условиях. Формирование гражданского общества не предполагает единой, обязательной идеи, но, тем не менее, теоретиками рассматривается как предполагающее наличие идеи защиты интересов населения, определяется как совокупность институтов, в определенной мере независимых от государства, направленных на отстаивание собственной позиции, но не подменяющее институтов государства [2, с. 64].

Определенные изменения произошли в государственной политике в части построения системы взаимодействия с гражданским обществом в 2011 году, когда был упрощен порядок создания политических партий, что, по мнению исследователей, создало предпосылки для активизации гражданского общества [1, с. 48]. Рост количества партий, а также общественных объединений и разного рода движений одобряется со стороны государства в силу того, что активность в данном случае – это индикатор активности самого общества, восприятия и ответа на реализуемую в соответствии с нормами права

государственную политику.

Вместе с тем, существует и иное мнение относительно активности институтов гражданского общества. Чрезмерная активность определяется как показатель неблагополучия в общества, как наличие предпосылок конфликта гражданского общества и государства [3, с. 10].

Можно подискутировать с эти утверждением, хотя правота, безусловно, присутствует. Негативная динамика проявляется в том случае, когда активность искусственно стимулируется в интересах подрыва государственного строя, свержения существующей власти, проявления влияния враждебных сил. В этом случае позиция о проблеме будет верной. Политика нашего государства учитывает подобные риски и принимает превентивные меры, в том числе за счет ограничения функционирования организаций, финансируемых из-за рубежа. В свете реализации такой политики государства количество общественных организаций такого рода имеет тенденцию к сокращению [4, с. 61]. При этом принимается во внимание то обстоятельство, что крупные негосударственные организации могут влиять на деятельность государственных институтов [5, с. 61].

Хотелось бы обратить внимание на то, что российская политика в отношении гражданского общества в определенной мере соответствует общемировым тенденциям, что проявляется в поощрении социально ориентированных общественных организаций, развитии системы негосударственных фондов. Проявляется и, в определенной мере, негативный аспект – это снижение значимости профсоюзов, игравших в советский период большую роль в обеспечении прав трудящихся. Можно предположить, что отказ от общенациональной системы профсоюзов и снижение их роли обусловлено теми изменениями, которые происходят в

экономике государства, в том числе в аспекте активной поддержки малого и среднего предпринимательства, когда численность работников предприятий невелика, а создание отдельных профсоюзов не позволит обеспечить эффективность их деятельности в силу многочисленности и разнородности интересов.

Приветствуется государством создание и функционирование волонтерских движений, вследствие чего наблюдается рост волонтерских организаций, повышается их социальная роль [1, с. 50]. Создание и функционирование союзов, с учетом современной политики нашего государства, уже не является централизованным и чрезмерно контролируемым, вследствие чего волонтерские и иные общественные социально значимые организации все чаще создаются на региональном и местном уровне [6, с. 111], что приближает их к населению и позволяет обеспечивать решение стратегически важных задач государства.

Таким образом, можно утверждать, что государство в России ориентировано на построение адекватного диалога с гражданским обществом, что проявляется в одобрении и поддержке создания социально значимых общественных организаций, волонтерских движений. Активному диалогу способствует и существующая система многопартийности. Функционирование доминирующей «партии власти» не предполагает значимого ограничения деятельности иных институтов общества. Иные институты гражданского общества получают одобрение и поддержку со стороны государства преимущественно в случае, если они являются социально ориентированными. Ограничения в части функционирования институтов гражданского общества в рамках реализуемой политики государства в России направлены на исключение негативного и дестабилизирующего влияния.

Литература

1. Ланцов А. Л., Ланцова Л. А. Становление гражданского общества в России: прогнозы и реальность // Общество: социология, психология, педагогика. 2021. № 12. С. 46-51.
2. Подуруева-Милоевич В. Ю., Данакари Р. А. Формирование гражданского общества и политики государства в современной России // Вестник Поволжского института управления. 2022. Т. 22. № 4. С. 63-72.
3. Шатилов А. Б. Гражданское общество в России: третий путь // Власть. 2023. Т. 31. № 4. С. 9-14.
4. Великая Н. М. Общественная легитимация политической власти в контексте трансформации гражданского общества в современной России // Вестник РГГУ. Серия: Философия. Социология. Искусствоведение. 2022. № 2. С. 59-71.
5. Хохлова О. М. Гражданское общество в современной России // Миссия конфессий. 2022. Т. 11. № 4 (61). С. 60-66.
6. Окорокова Г. П. Союз женщин – важнейший институт гражданского общества России // Наука и практика регионов. 2022. № 1 (26). С. 111-124.

Григорьев Александр Анатольевич,
Аспирант АНО ВО «Российский новый университет»
e-mail: pravoved1@yahoo.com
ORCID: 0009-0004-8117-5183

Корнилов Алексей Родионович,
к.ю.н., доцент, доцент кафедры теории и истории права и государства АНО ВО «Российский
новый университет», доцент кафедры теории права и административно-правовых
дисциплин
E-mail: magelan7@mail.ru
SPIN: 8707-2299

К вопросу о необходимости внесения уточнений в перечень субъектов права на реабилитацию

Аннотация: В статье рассматривается вопрос о необходимости внесения уточнений в статью 133 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации в части указания на наличие права на реабилитацию лица, не обладающего процессуальным статусом подозреваемого, обвиняемого, подсудимого, осужденного. В частности, в статье приводятся обстоятельства, при которых оправдательный приговор или постановление о прекращении уголовного дела по реабилитирующему основанию может быть вынесено в отношении носителя иного процессуального статуса – лица, уголовное дело в отношении которого прекращено по нереабилитирующему основанию.

Ключевые слова: реабилитация; процессуальный статус; апелляция; возмещение вреда; незаконное осуждение

Tkachev A.V.

On the issue of the need to clarify the list of subjects of the right to rehabilitation

Annotation: The article discusses the need to clarify article 133 of the Criminal Procedure Code of the Russian Federation in terms of indicating the right to rehabilitation for a person who does not have the procedural status of a suspect, accused, defendant, convicted person. In particular, the article provides circumstances in which an acquittal or a decision to terminate a criminal case on rehabilitative grounds may be issued against a holder of a different procedural status – a person whose criminal case was terminated on non-rehabilitative grounds.

Keywords: rehabilitation; procedural status; appeal; compensation for harm; unlawful conviction

Вопрос о том, кто же в соответствии с уголовно-процессуальным законом должен обладать правом на реабилитацию, является одним из самых обсуждаемых среди учёных, занимающихся проблемами реабилитации в уголовном судопроизводстве. Статья 133 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации, а также положения Постановления Пленума

Верховного Суда РФ от 29.11.2011 N 17 «О практике применения судами норм главы 18 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации, регламентирующих реабилитацию в уголовном судопроизводстве» достаточно подробно описывают перечень лиц, имеющих право на реабилитацию.

Однако, несмотря на это, в доктрине предлагается расширить данный

перечень и предоставить право на реабилитацию лицам, которые не упоминаются в законе и интерпретационном акте. В частности, В.А. Потетин предлагает наделить правом на реабилитацию «заподозренных в совершении преступления лиц», в отношении которых на стадии проверки сообщения о преступлении проводились процессуальные действия, в содержании которых, по его мнению, уже явно усматриваются признаки уголовного преследования [6; с. 13].

Р.В. Вразовская полагает, что к числу субъектов права на реабилитацию стоит относить близких родственников подозреваемого или обвиняемого умершего до вынесения итогового решения по делу [3; с. 243]. Данное утверждение основывается на Постановлении Конституционного Суда РФ от 14.07.2011 N 16-П «По делу о проверке конституционности положений пункта 4 части первой статьи 24 и пункта 1 статьи 254 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации в связи с жалобами граждан С.И. Александрина и Ю.Ф. Ващенко», в котором орган конституционного контроля указал на невозможность прекращения уголовного дела в связи со смертью подозреваемого (обвиняемого), если близкие родственники не дают на это согласия, а также на обязательность вызова таких родственников либо их представителя в судебное заседание, с тем чтобы они могли реализовать право на судебную защиту чести и доброго имени умершего, а также своих прав и законных интересов.

Д.В. Татьяна считает, что право на реабилитацию также должны иметь лица, к которым были применены незаконно или необоснованно принудительные меры воспитательного характера, связанные с помещением несовершеннолетнего, не являющегося

субъектом уголовной ответственности, в специальное учебно-воспитательное учреждение закрытого типа, так как производство о применении указанных мер имеет уголовно-процессуальную природу и «является самостоятельным особым уголовно-процессуальным производством», а «условия учебно-воспитательных учреждений закрытого типа, предполагают значительные ограничения конституционных прав и свобод несовершеннолетних, находящихся в них» [7; с. 159-162].

Не вдаваясь в подробный анализ указанных научных позиций, хочется согласиться с тем, что на сегодняшний день содержание статьи 133 УПК РФ нельзя признать полным и исчерпывающим, так как статья 133 не содержит указания на наличие права на реабилитацию у лиц, в отношении которых дело прекращено по реабилитирующему основанию или вынесен оправдательный приговор, не обладающих при этом процессуальным статусом подсудимого, обвиняемого, подозреваемого, осужденного.

В данном случае речь идет о лицах, в отношении которых судом первой инстанции уголовное дело прекращено по нереабилитирующим основаниям и при этом в дальнейшем в их делах имели место следующие обстоятельства: 1) Такое лицо приняло решение обжаловать постановление о прекращении уголовного дела в суде апелляционной инстанции; 2) В своей апелляционной жалобе лицо просит суд отменить указанное постановление и вынести в отношении него оправдательный приговор либо прекратить дело по реабилитирующему основанию; 3) Суд апелляционной инстанции удовлетворяет жалобу и в пределах предоставленных ему полномочий отменяет постановление суда первой инстанции о прекращении

уголовного дела по нереабилитирующему основанию и самостоятельно выносит оправдательный приговор либо прекращает уголовное дело по реабилитирующему основанию без направления дела на новое рассмотрение в суд первой инстанции.

Несмотря на то, что УПК РФ в разделе II, именуемом «участники уголовного судопроизводства», не содержится отдельной статьи, посвященной лицу, уголовное дело в отношении которого прекращено, другие положения уголовно-процессуального закона, наделяющие такое лицо целым спектром прав и обязанностей, а также содержание интерпретационных актов высшей судебной инстанции позволяют утверждать о наличии у него самостоятельного процессуального статуса. Например, в пункте 2 Постановления Пленума Верховного суда Российской Федерации от 27 ноября 2012 г. N 26 «О применении норм Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации, регулирующих производство в суде апелляционной инстанции» в качестве субъекта апелляционного обжалования наряду с подозреваемым, обвиняемым, подсудимым, осужденным, оправданным указано и лицо, уголовное дело в отношении которого прекращено. Аналогичное разъяснение содержится в пункте 1 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 25.06.2019 N 19 «О применении норм главы 47.1 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации, регулирующих производство в суде кассационной инстанции», в котором описываются субъекты кассационного обжалования.

Как усматривается из указанных выше разъяснений Верховного суда РФ, лицо, уголовное дело в отношении которого прекращено, имеет право обратиться в суд с апелляционной

жалобой на постановление о прекращении уголовного дела по нереабилитирующему основанию. На первый взгляд такое поведение лица представляется крайне нелогичным, особенно с учетом того, что, во-первых, оно дало согласие на прекращение уголовного дела по нереабилитирующему основанию (в соответствии с ч. 2 ст. 27 УПК РФ наличие такого согласия обязательно), а во-вторых, само совершало активные действия, направленные на возникновение условий, необходимых для прекращения уголовного дела (деятельное раскаяние, примирение с потерпевшим, возмещение вреда и т.д.).

Однако, нет ничего странного в том, что даже невиновное лицо старается предусмотреть все возможные варианты для того, чтобы избежать уголовной ответственности. Если подсудимый, даже будучи фактически невиновным, предполагает, что в его случае может иметь место судебная ошибка, то логично, что он охотнее согласится на прекращение уголовного дела по нереабилитирующему основанию, чем рискнет быть привлеченным к уголовной ответственности.

После вынесения соответствующего постановления лицо может передумать и решить добиваться признания в суде права на реабилитацию. Мотив подобных действий может основываться как на внутреннем желании лица добиться справедливости, так и на вполне объективных обстоятельствах: например, на реально появившихся перспективах вынесения оправдательного приговора в связи с обнаружением новых доказательств, подтверждающих его невиновность.

О наличии таких жалоб свидетельствует и судебная практика. Например, в одном из апелляционных постановлений указано, что лицо

обратилось в суд апелляционной инстанции с требованием отменить постановление мирового судьи о прекращении уголовного дела в связи с примирением сторон и вынести в отношении него оправдательный приговор [1].

При изучении судебной практики было выявлено, что во всех обнаруженных автором случаях обжалования постановлений о прекращении уголовного дела суды апелляционной инстанции при выявлении признаков несоответствия судебного акта требованиям законности, обоснованности, справедливости ссылаются на существенность выявленных нарушений и невозможность их устранения в суде апелляционной инстанции, после чего принимают решение об отмене постановления с направлением уголовного дела на новое судебное разбирательство в суд первой инстанции.

При этом УПК РФ напрямую не содержит перечень существенных нарушений уголовно-процессуального закона, устранение которых в суде апелляционной инстанции невозможно. Данный вопрос частично разъяснен в пункте 19 уже упомянутого выше Постановления Пленума ВС РФ N 26 от 27 ноября 2012 г., в котором в качестве примеров таких нарушений указаны случаи рассмотрения дела незаконным составом суда либо с нарушением правил подсудности, нарушения права обвиняемого на защиту, которое не может быть восполнено судом апелляционной инстанции. В научной литературе к существенным и неустранимым нарушениям также относят «вынесение вердикта незаконным составом присяжных заседателей, нарушение тайны совещания коллегии присяжных заседателей при вынесении вердикта или

тайны совещания судей при постановлении приговора; отсутствие подписи судьи или одного из судей, если уголовное дело рассматривалось судом коллегиально, на соответствующем судебном решении; отсутствие протокола судебного заседания» [2; с. 205-206].

Очевидно, что данный перечень не является исчерпывающим, однако отсутствие мотивировки в апелляционных определениях, которая бы разъяснила почему в данном случае нарушение является существенным и неустранимым в суде апелляционной инстанции, и лишь формальное указание на наличие неких существенных и неустранимых нарушений позволяет утверждать, что далеко не всегда направление уголовного дела на новое судебное разбирательство в суд первой инстанции соответствует закону. Можно констатировать, что, к сожалению, оправдались предположения Ю. А. Ляхова, который негативно оценивал закрепление в УПК РФ права суда апелляционной инстанции возратить уголовное дело в суд первой инстанции, а также возратить уголовное дело прокурору, полагая, что «недобросовестные судьи поймут этот посыл законодателя по-своему и будут использовать положения чч. 1, 3 ст. 389.22 УПК РФ для уклонения от принятия решения по существу в апелляционной инстанции, когда возникнут сложные ответственные ситуации» [4; с. 25].

При этом пункт 6 части 1 статьи 389.20 УПК РФ позволяет суду апелляционной инстанции принять решение об отмене определения или постановления и о вынесении оправдательного приговора либо иного судебного решения.

Из этого следует, что УПК РФ при отсутствии существенных нарушений, неустранимых в суде апелляционной инстанции, позволяет суду

апелляционной инстанции отменить постановление суда первой инстанции о прекращении уголовного дела по нереабилитирующему основанию и вынести оправдательный приговор либо прекратить уголовное дело по реабилитирующему основанию без направления уголовного дела на новое судебное разбирательство в суд первой инстанции.

Это, в свою очередь, породит следующую ситуацию: в отношении лица, уголовное дело в отношении которого прекращено по нереабилитирующему основанию, будет вынесен оправдательный приговор либо уголовное преследование в отношении него будет прекращено по реабилитирующему основанию. При этом в соответствии со статьёй 133 УПК РФ право на реабилитацию в данном случае имеет подсудимый, обвиняемый, подозреваемый. Как было сказано выше, лицо, уголовное дело в отношении которого прекращено, обладает иным процессуальным статусом. Таким образом, исключительно формально такое лицо не будет обладать правом на реабилитацию, хотя в данном случае, безусловно, можно применить аналогию закона.

Стоить признать, что возникновение описанной ситуации на практике действительно маловероятно, однако возможно. В связи с особой социальной значимостью института реабилитации, его «нравственной природой» [5; с. 20] необходимо исключить любые, даже самые маловероятные ситуации, при которых лицу, незаконно и необоснованно подвергнутому уголовному преследованию, может быть отказано в признании права на реабилитацию.

В связи с этим уместно внести уточнения в статью 133 УПК РФ, указав, что право на реабилитацию, в том числе право на возмещение вреда, связанного с уголовным преследованием, имеет:

б) Лицо, уголовное преследование в отношении которого прекращено по основаниям, указанным в пунктах 3 и 4 части первой статьи 24, статьях 25, 25.1, 28 и 28.1 УПК РФ, а также пункте 3 части первой статьи 27 УПК РФ, но в отношении которого впоследствии вынесен оправдательный приговор либо уголовное преследование прекращено по основаниям, предусмотренным пунктами 1, 2, 5 и 6 части первой статьи 24 и пунктами 1 и 4 - 6 части первой статьи 27 настоящего Кодекса.

Литература:

1. Апелляционное постановление Октябрьского районного суда города Саранска от 02.10.2019 по делу N 10-22/2019 // СПС «КонсультантПлюс».
2. Борисевич Г. Я. О существенных, неустранимых, фундаментальных нарушениях закона как основаниях отмены или изменения судебных решений по уголовным делам // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2013. №2 (20). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-suschestvennyh-neustranimyh-fundamentalnyh-narusheniyah-zakona-kak-osnovaniyah-otmeny-ili-izmeneniya-sudebnyh-resheniy-po-ugolovnym> (дата обращения: 13.12.2023).
3. Вразовская Р.В. Субъекты права на реабилитацию // Образование и право. 2019. №11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/subekty-prava-na-reabilitatsiyu> (дата обращения: 12.12.2023).
4. Ляхов Ю. А. Введение апелляции в уголовном судопроизводстве России — укрепление гарантий правосудия // Российская юстиция. 2011. № 10.
5. Орлова А.А. Концепция реабилитации и организационно-правовые механизмы ее реализации в российском уголовном процессе: автореферат дисс. ... доктора юридических наук: 12.00.09. Москва, 2013. – 59 с.

6. Потетин В.А. К вопросу о расширении оснований и субъектов реабилитации в уголовном судопроизводстве России // Вестник БелЮИ МВД России. 2017. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-rasshirenii-osnovaniy-i-subektov-reabilitatsii-v-ugolnom-sudoproizvodstve-rossii> (дата обращения: 12.12.2023).
7. Татьянин Д.В. Реабилитация в уголовном процессе России (понятие, виды, основания процессуальный порядок): дисс... кандидата юридических наук: 12.00.09. Ижевск, 2005. – 264 с.

Ткачёв Артём Вадимович,
Аспирант АНО ВО «Российский новый университет»
Email: artyom.tkachyov@yandex.ru
ORCID: 0009-0002-6746-8233

Научный руководитель:
Можаева Ирина Павловна,
д.ю.н., доцент, профессор кафедры публичного и уголовного права АНО ВО «Российский новый университет»
Email: mirina-crim@yanex.ru
SPIN: 6905-8068

Всероссийская ежегодная декабрьская научно-практическая студенческая конференция (г. Москва, 8 декабря 2023г.) — М.: АНО ВО «Российский новый университет», 2023. Режим доступа:

— Загл. с экрана.

Рецензенты: Морозов М.А., д.э.н., профессор АНО ВО «Российский новый университет», Войт М.Н., к.э.н., доцент, зав. каф. туризма и гостиничного дела АНО ВО «Российский новый университет», Новикова М.М., к.социол. наук, доцент, доцент кафедры менеджмента АНО ВО «Российский новый университет», Гершанова А.Ф., к. филол.н., доцент каф. русского языка и издательского дела, Чилингир Е.Ю., канд. культурологии, доцент, зав. каф. рекламы и связей с общественностью

Под общей редакцией:

Сливин Т.С. — доктор педагогических наук, профессор, проректор по научно-методической работе АНО ВО «Российский новый университет»;
Морозова Н.С., д.э.н., профессор, профессор кафедры туризма и гостиничного бизнеса АНО ВО «Российский новый университет»

Научное издание

В сборнике опубликованы доклады и статьи в авторской редакции.

Системные требования:

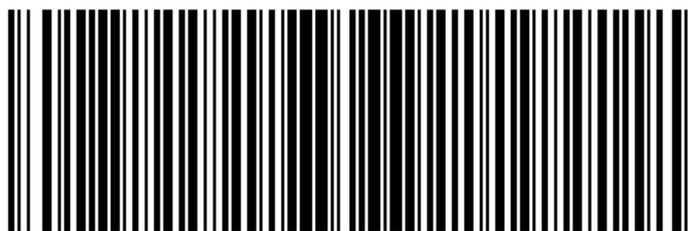
Операционная система Windows XP или новее, macOS 10.12 или новее, Linux.
Программное обеспечение для чтения файлов PDF.

АНО ВО «Российский новый университет»

Autonomous Non-commercial Organization of Higher Education “Russian New University” 105005, г. Москва,
ул. Радио, д. 22

ДАННОЕ ИЗДАНИЕ ПРЕДНАЗНАЧЕНО ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО ДЛЯ ПУБЛИКАЦИИ НА ЭЛЕКТРОННЫХ
НОСИТЕЛЯХ

ISBN: 978-5-89789-218-1



978-5-89789-218-1

