

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И ИННОВАЦИОННОЙ
ПОЛИТИКИ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

СОВЕТ РЕКТОРОВ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ
НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СИБИРИ

32-я Региональная научная студенческая конференция,
г. Новосибирск, 20-25 мая 2024 г.

Часть 4

СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ

НОВОСИБИРСК
2024

УДК 62(063)
ББК 72(253)я431
И23

И23 Интеллектуальный потенциал Сибири: 32-я Региональная научная студенческая конференция (г. Новосибирск, 20-25 мая 2024 г.): материалы конференции: в 5 частях / Под. ред. Захаровой Е. В. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2024.

ISBN 978-5-7782-5268-4

Часть 4: Сборник научных трудов. – 319 с.

ISBN 978-5-7782-5272-1

В сборнике опубликованы результаты научных исследований студентов и аспирантов Высших учебных заведений, представленных на 32-й Региональной научной студенческой конференции «Интеллектуальный потенциал Сибири.

Сборник научных трудов представляет интерес для специалистов в различных областях знаний, учащихся, работников системы высшего образования и Российской академии наук, а также руководителей организаций, занимающихся вопросами внедрения актуальных научных разработок.

В части 1 и 2 сборника опубликованы материалы по направлениям: «Современные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук», «Современные проблемы естественных наук».

В части 3 сборника опубликованы материалы по направлениям: «Современные проблемы технических наук», «Современные проблемы искусствоведения и культурологии» и «Современные проблемы медицинских и биологических наук».

В части 4 и 5 опубликованы статьи, отобранные по результатам работы конференции.

Тексты докладов приведены в авторской редакции

ВУЗЫ-ОРГАНИЗАТОРЫ

Новосибирский государственный технический университет

Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ» Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусств им. А.Д.Крычкова

Новосибирский государственный медицинский университет Сибирский государственный

университет путей сообщения Новосибирский государственный педагогический университет

Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет Сибирский

государственный университет телекоммуникаций и информатики Сибирский государственный

университет геосистем и технологий Новосибирский государственный аграрный университет

Сибирский университет потребительской кооперации

**УДК 62(063)
ББК 72(253)я431**

ISBN 978-5-7782-5272-1 (Ч.4)

© Коллектив авторов, 2024

ISBN 978-5-7782-5268-4

© Совет Ректоров Новосибирской области, 2024

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГУМАНИТАРНЫХ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК

Экономика и управление: Управление

Экономика и управление: Экономика и управление
человеческими ресурсами

Проблемы финансового рынка

Социология

Финансы и кредит: Корпоративные финансы

Финансы и кредит: Актуальные проблемы и перспективы развития
общественных финансов

Частное право

Комфортная среда и устойчивое территориальное развитие

Экономическая теория

Актуальные проблемы и перспективы развития учета,
анализа и аудита

Проблемы развития потребительского рынка и сферы услуг

Социально-этические и правовые вопросы
информационных технологий
Медиа. Коммуникации. Реклама

История и политология

Перевод, межкультурная коммуникация
и междисциплинарные исследования

**СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ
ЕСТЕСТВЕННЫХ НАУК**

Современные проблемы в АПК

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГУМАНИТАРНЫХ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК

СЕКЦИЯ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ:
УПРАВЛЕНИЕ

WEB-ПОРТАЛ ОТДЕЛА ДОГОВОРНЫХ ОТНОШЕНИЙ
ДЛЯ ПОИСКА КОНТРАГЕНТОВ

М.М. Пономарёв, А.В. Вакуленко
Сибирский государственный университет водного транспорта
michail.ponomarev@list.ru

В статье проводится анализ технологий web-портала для поиска организаций, применимых для разработки проекта с помощью которого организации смогут экономить множество времени своих сотрудников и как следствие финансов. Исследование фокусируется на сравнении разработки с конкурентами и анализе актуальности. Анализируются нативные технологии, такие как HTML, CSS и JavaScript для сайта-загрузчика и C++, Python для десктоп приложения, а также кроссплатформенной фреймворк - Qtcreator. Исследование подчеркивает важность учета всех аспектов разработки при создании web-портала для поиска организации желаемого города. Оптимальный выбор технологии позволяет обеспечить удобство использования, высокую производительность и надежность приложения, способствуя повышению эффективности работы компании.

Ключевые слова: WEB-портал, база данных, эффективность, поиск информации, Qtcreator, C++, Python, оптимизация

The paper analyzes the technology of web portal for organization search, applicable to the development of the project with the help of which organizations can save a lot of time of their employees and as a consequence of finances. The study focuses on comparing the development with competitors and analyzing the relevance. Native technologies such as HTML, CSS and JavaScript for the website loader and C++, Python for the desktop application and a cross-platform framework - Qtcreator are analyzed. The study highlights the importance of considering all aspects of development while creating a web portal to find the organization of the desired city. Optimal choice of technology helps to ensure usability, high performance and reliability of the application, contributing to the efficiency of the company.

Keywords: WEB-portal, database, efficiency, information retrieval, Qtcreator, C++, Python, optimization

Введение.

В современном мире эффективное использование времени ключевым фактором успешной деятельности любой организации. Однако временной ресурс сотрудников используется неэффективно, кропотливая работа, занимающая много сил и времени выполняется вручную, хотя её можно автоматизировать, экономя ресурсы организации, такие как время сотрудников и как следствие финансы.

Как решение проблемы отсутствия автоматизации многие компании нанимают самозанятых работа которых стоит десятки тысяч рублей и занимает работа несколько дней, или же компании покупают программное обеспечение, которое не всегда имеет необходимый функционал или имеет высокую стоимость.

Цель исследования – рассмотреть различные технологии десктоп разработки, определить наиболее подходящие технологии для разработки WEB-портала для поиска организаций, способного удовлетворить потребности компаний в автоматизации процессов поиска контрагентов, обеспечивая при этом удобство использования и оптимальное соотношение цены и качества, также, уделить особое внимание таким аспектам, как производительность, доступ к аппаратным ресурсам и стоимости разработки.

1. Анализ требований к WEB-порталу для поиска контрагентов.

Разработка эффективного WEB-портала требует тщательного анализа потребностей и ожиданий пользователей. Исходя из ранее присылаемых заказов самозанятым возможно вывести ряд функциональных требований:

- Понятный и простой интерфейс
- Высокая скорость обработки информации
- Выдача информации в форматах электронных таблиц типа EXCEL и CSV.
- Возможность поиска организаций в радиусе от точки на карте.

2. Технологии десктоп разработки.

Создание десктоп приложений, как правило, базируется на нескольких различных технологиях, у каждой из которых есть свои преимущества и недостатки. В контексте разработки WEB-портала рассмотрим следующие направление кроссплатформенных решения.

3. Кроссплатформенные решения.

В рамках использования кроссплатформенных решений для каждой платформы используется один и тот же код. Среди наиболее популярных решений можно выделить QT creator [1].

Qt Creator - это кросс-платформенная интегрированная среда разработки (IDE), предназначенная для максимальной производительности разработчиков. Qt Creator поддерживает использование помощников по программированию, таких как GitHub Copilot, во время программирования. Он помогает разработчикам в создании программного обеспечения для настольных, мобильных и встроенных платформ.

Так же для десктопа приложения будут использоваться языки программирования C++ и Python, которые так же поддерживают все устройства на операционных системах Windows, Linux и MacOS.

Сайт будет написан с использованием HTML, CSS и JavaScript, данный выбор инструментария обоснован простотой, а также сайт не будет содержать множества интерактивных элементов, из-за чего нет необходимости использовать более сложные методы разработки.

Среди преимуществ кроссплатформенных решений можно выделить:

- кроссплатформенность: экономия времени и ресурсов за счет использования одного кода для разных платформ;
- быстрая разработка: горячая перезагрузка и другие инструменты ускоряют процесс разработки;
- большое сообщество: наличие большого сообщества разработчиков и обширной документации облегчает поиск решений и ускоряет разработку.
- Основными недостатками являются:
- зависимость от фреймворка: при необходимости реализации специфических функций, могут возникнуть проблемы из-за использования конкретного фреймворка.

4. Анализ конкурентов.

На рынке имеются конкуренты такие как

- Парсер выдачи Яндекса: данный конкурент не работает с базами данных Яндекса из-за чего имеет вероятность блокировки во время работы программы, а также собирает лишь малую часть информации [2].

- Парсер Яндекс-карт: конкурент имеет высокую стоимость в размере 1500 рублей за 2 дня работы, чего зачастую не хватает пользователям, а также имеет малый функционал [3].

Исходя из этого, было принято решение разрабатывать собственный продукт.

WEB-порталу для поиска контрагентов важно не допустить ошибок конкурентов и добавить новые функции, которые хотят видеть пользователи.

Заключение.

Проведенный анализ технологий для разработки WEB-портала по поиску организаций показал, оптимальным вариантом для разработки будет кроссплатформенный подход.

Кроссплатформенные фреймворки, такие как QT creator, предлагают привлекательное решение для компаний, стремящихся к сокращению времени и стоимости разработки, а также к упрощению поддержки приложения на различных платформах, в связи с использованием одного и того же кода для всех операционных систем.

Среди кроссплатформенных решений QT creator выделяется как наиболее перспективная технология для разработки десктоп приложений для отдела

договорных отношений. Такой вывод можно сделать из-за следующих преимуществ данной технологии: используется C++, большое сообщество и экосистема, а также возможность использования в качестве бэкенда языка программирования Python.

В связи с вышесказанным, QT creator в паре с Python и C++ – оптимальный выбор для разработки десктоп приложения по поиску контрагентов для отдела договорных отношений.

Список литературы

1. QT creator [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.qt.io/product/development-tools> – (дата обращения: 26.04.2024).
2. Парсер выдачи Яндекса (справочника организаций) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://web-data-extractor.net/yandex-parser/> (дата обращения: 26.04.2024).
3. Парсер Яндекс-карт (справочника организаций) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://soksaitov.ru/услуги-продукты/software-программы/сбор-контактных-данных/парсер-организаций-яндекс-карт/#gsc.tab=0> (дата обращения: 22.04.2024).

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ФАКТОРНОГО АНАЛИЗА
В ИССЛЕДОВАНИИ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА

А.А. Бахман, С.Е. Кравцова, Е.В. Бутрина
Новосибирский государственный университет
экономики и управления «НИНХ»
nastabah13@gmail.com

Факторный анализ – это статистический метод, выявляющий взаимосвязи между набором переменных и структурные паттерны в данных. В данном исследовании мы применяем его к социально-экономическим показателям регионов России. Наша цель – выделить ключевые факторы, влияющие на уровень бедности, рождаемость, смертность и другие показатели, и понять, какие из них важны для улучшения социальной ситуации. Полученные результаты могут стать основой для разработки эффективных стратегий и политик, направленных на улучшение жизни населения в регионах России.

Ключевые слова: факторный анализ, социально-экономические показатели, регионы России, структурные паттерны

Factor analysis is a statistical method that identifies relationships between a set of variables and structural patterns in data. In this study, we apply it to the socio-economic indicators of Russian regions. Our goal is to identify the key factors influencing the level of poverty, fertility, mortality and other indicators, and to understand which of them are important for improving the social situation. The results obtained can become the basis for the development of effective strategies and policies aimed at improving the lives of the population in the regions of Russia.

Keywords: factor analysis, socio-economic indicators, regions of Russia, structural losses

Факторный анализ — это мощный статистический метод, который используется для исследования взаимосвязей между набором наблюдаемых переменных и выявления скрытых структурных паттернов в данных. На основе этого метода можно выделить ключевые факторы или конструкты, которые объясняют наблюдаемые изменения в данных. В данном исследовании мы применяем факторный анализ к набору данных, содержащему информацию о социально-экономических показателях различных регионов Российской Федерации.

Исходные данные представляют собой разнообразные показатели, связанные с уровнем бедности, рождаемостью, смертностью, миграцией и доходами населения в регионах России. Наша цель - выявить основные факторы, оказывающие влияние на эти показатели, и проанализировать, какие социально-экономические факторы могут быть ключевыми для понимания и улучшения социальной ситуации в различных регионах страны.

Путем применения факторного анализа к этим данным мы стремимся выделить основные факторы, которые могут объяснить вариативность в уровнях бедности, рождаемости, смертности и других социально-экономических показателей между регионами. Полученные результаты могут быть полезны для разработки эффективных стратегий и политик, направленных на улучшение жизненного уровня населения в различных регионах России. [1]

Матрица корреляции была построена через анализ и представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Матрица корреляции социально-экономических показателей

	Число людей за чертой бедности	Родившиеся	Умершие	Выбывшие	Прибывшие	Доходы
Число людей за чертой бедности	1	0,48164836	0,330765154	0,097154382	0,105564292	0,526639959
Родившиеся	0,48164836	1	0,818401814	0,000474644	0,000453712	0,102578077
Умершие	0,330765154	0,818401814	1	0,010296889	0,014316703	0,281838498
Выбывшие	0,097154382	0,000474644	0,010296889	1	0,999531519	0,04101023

Прибы в-шие	- 0,10556 4292	0,000 45371 2	- 0,0143 16703	0,99953 1519		0,05019 7866
Доход ы	- 0,52663 9959	0,102 57807 7	- 0,2818 38498	0,04101 023	0,05019 7866	1

В данной матрице мы видим, что, например, число людей, находящихся за чертой бедности, имеет высокую положительную корреляцию с числом родившихся (0,48), но имеет сильную отрицательную корреляцию с доходами (-0,53). Также стоит отметить, что между прибывшими и выбывшими людьми, а также между родившимися и умершими наблюдается практически полная положительная корреляция, что может свидетельствовать о тесной взаимосвязи между этими переменными.

С целью исключения нежелательных характерных факторов производится изменения в матрице корреляции, состоящие во введении общностей на главной диагонали.

Редуцированная матрица — это результат применения метода главных компонентов или факторного анализа к исходной матрице корреляции. Она содержит главные компоненты или факторы, которые объясняют наибольшую часть дисперсии в данных. В данной матрице каждая ячейка представляет собой коэффициент нагрузки соответствующего фактора на каждую переменную.

Матрица редуцированная была построена через поиск абсолютного максимума по столбцам и перемещением его на главную диагональ. Далее производится расчет 1 фактора, а именно исходная редуцированная матрица возводится в 16 степень (является наиболее оптимальной).

Далее рассчитываются нагрузки фактора (а) до тех пор, пока разница между b станет незначительной. В данном случае получилось 10 шагов.

Сумма вклада первого фактора в дисперсию всех признаков выражается формулой (1):

$$b_1 = \sum_{j=1}^n a_{j1}^2 \quad (1)$$

То есть в нашем случае получается равным 2,03. Далее нормируем компоненты. В нашем случае это представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Нормированные компоненты

a1	-
-0,28114	Число людей за чертой бедности
-0,2287	родившиеся
0,186768	умершие
0,962172	выбывшие
0,963342	прибывшие
0,106189	доходы

Это и есть факторные нагрузки. Наиболее важные коэффициенты для 1 фактора (фактор миграции населения):

- Число выбывших (человек): 0.962;
- Число прибывших (человек): 0.963.

Этот фактор сильно зависит от миграционных процессов - как количество людей, покидающих группу (выбывших), так и количество людей, вступающих в группу (прибывших).

Рассчитываем вклад 1 фактора в общую дисперсию и получаем, что он равен 33,86%.

Это означает, что фактор объясняет примерно треть всей изменчивости в данных. Иными словами, около 33,86% разброса в исследуемых переменных можно объяснить только этим одним фактором.

В данном случае, если мы интерпретируем результаты, то можно сказать, что миграционные процессы (количество людей, покидающих и вступающих в изучаемую группу) объясняют около трети изменчивости в данных. Это подчеркивает важность и влияние миграции на показатели, рассматриваемые в исследовании.

Общности в факторном анализе представляют собой общую долю изменчивости переменной, которая объясняется всеми факторами в модели. Значения общностей могут варьироваться от 0 до 1. Чем ближе значение к 1, тем больше изменчивость переменной объясняется факторами в модели.

Рассчитывается как квадрат факторных нагрузок.

Аналогично определяются нагрузки следующих факторов (строится матрица рассеивания на основе факторных нагрузок 1 фактора, далее строится остаточная матрица: исходная редуцированная матрица – матрица рассеивания).

Наиболее важные коэффициенты для 2 фактора:

- Число зарегистрированных родившихся в расчете на 1000 населения: 0.886924;
- Число зарегистрированных умерших в расчете на 1000 населения: - 0.86155.

Этот фактор (фактор естественного прироста) связан с рождаемостью и смертностью в изучаемой группе. Высокий коэффициент для числа зарегистрированных родившихся указывает на то, что увеличение этой переменной сильно связано с увеличением фактора. Наоборот, отрицательный коэффициент для числа зарегистрированных умерших указывает на обратную связь - увеличение этой переменной связано с уменьшением фактора.

Сумма вклада второго фактора равна 1,872. Второй фактор объясняет почти две единицы изменчивости в данных.

Рассчитываем вклад 2 фактора в общую дисперсию и получаем, что он равен 31,2%.

Около 31,2% разброса в исследуемых переменных можно объяснить фактором естественного прироста. В контексте анализа это означает, что переменные, связанные с вторым фактором (в данном случае, переменные, такие как рождаемость и смертность), сильно влияют на общую изменчивость в данных.

Высокий коэффициент для численности людей за чертой бедности указывает на то, что увеличение этой переменной связано с увеличением фактора. Наоборот, отрицательный коэффициент для денежных доходов указывает на обратную связь - увеличение доходов связано с уменьшением фактора.

Сумма третьего вклада: 1,013

вклад 3 фактора в общую дисперсию: 16,8824%. Фактор экономического неблагополучия играет существенную роль в объяснении изменений в данных.

В целом можно остановиться на расчете трех факторов, т.к. вклад в общую дисперсию этих факторов превышает 50%. Однако проверим следующий фактор:

Дополнительный фактор экономического неблагополучия. Наиболее высокие факторные нагрузки (численность людей за чертой бедности и доходы на душу населения). Сумма вклада третьего фактора равна 1,997. Вклад 4 фактора в общую дисперсию: 3,35%.

Далее переходим к определению числа факторов.

1) Критерий Кайзера.

Он основан на вычислении собственных значений корреляционной матрицы переменных и определении количества факторов, у которых собственные значения больше единицы.[3]

Если собственное значение для фактора больше 1, то этот фактор объясняет больше изменчивости, чем одна из исходных переменных. Это означает, что этот фактор имеет смысл включить в анализ.

Если собственное значение для фактора меньше 1, то этот фактор объясняет меньше изменчивости, чем одна из исходных переменных. В этом случае этот фактор обычно исключается из анализа.

Отбираем факторы с суммой квадратов нагрузок >1 , т.е. факторы 1, 2.

2) Критерий каменистой осыпи

Критерий каменистой осыпи — это метод определения оптимального количества факторов в факторном анализе, который основан на визуальном анализе графика собственных значений. [3]

На графике собственных значений идут точки, которые представляют собой собственные значения каждого из факторов.

Изначально собственные значения будут высокими, а затем начнут снижаться. После того, как снижение собственных значений станет почти линейным (то есть образует «осыпь»), это место на графике называется «каменистой осыпью».

Количество факторов, соответствующих собственным значениям перед каменистой осыпью, считается оптимальным количеством факторов для включения в анализ

Результаты можно увидеть на рисунке 1.

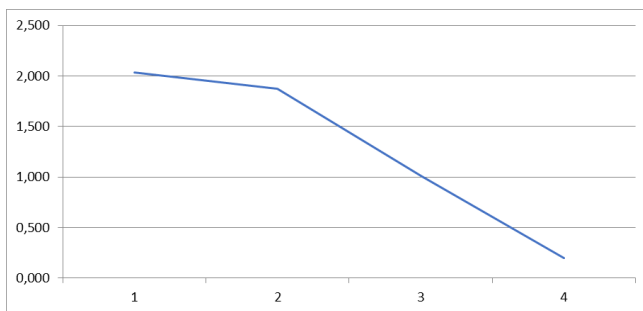


Рисунок 1- Критерий каменистой осыпи

Так же можно выделить 1 и 2 фактор.

3) Критерий доли воспроизводимой дисперсии

Он основан на оценке доли общей дисперсии, объясненной всеми факторами в модели. Этот метод позволяет выбрать количество факторов, которые объясняют достаточно большую часть изменчивости в данных. Суммируем доли дисперсии для каждого фактора и оценивается, когда достигается $>=50\%$ [5].

Сумма первых двух критериев дает 65,1%.

Так на основе проведенного анализа было выделено три значимых фактора: фактор миграции, фактор естественного прироста и фактор экономического благополучия.

Список литературы

1. Hair J.F., Black W.C., Babin B.J., Anderson R.E. Многомерный анализ данных (8-е изд.). – Обучение Cengage. – 2019.

2. Горсуч Р.Л. Факторный анализ (2-е изд.). – Psychology Press. – 2013.
3. Стивенс Дж.П. Прикладная многомерная статистика для социальных наук (5-е изд.). – Ратледж. – 2012.
4. Фабригар Л.Р., Вегенер Д.Т., МакКаллум Р.К., Страхан Э.Дж. Оценка использования исследовательского факторного анализа в психологических исследованиях. Психологические методы. – 1999. – 4(3). – 272-299.
5. Табачник Б.Г., Фиделл Л.С. Использование многомерной статистики (7-е изд.). – Пирсон. – 2019.

ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ФОРМИРОВАНИИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

В.Д. Вертей, М.С. Шадрина, Е.И. Калягина
Новосибирский государственный университет
экономики и управления «НИНХ»
m.s.shadrina@nsuem.ru

В данной статье рассматривается использование современных информационных систем и информационных технологий для формирования корпоративной культуры в российских организациях. Авторы проводят анализ влияния цифровизации на процессы внутренней коммуникации, человеческие ресурсы и организационную эффективность. На примере конкретных компаний и их практик авторы исследуют, как использование информационных технологий может способствовать формированию позитивной корпоративной культуры, повышению уровня вовлеченности сотрудников и улучшению внутренней среды. Использование инструментов в управлении корпоративной культурой очень важно для успешного развития организации в современном бизнес-мире.

Ключевые слова: корпоративная культура, информационные системы, информационные технологии, организация, коллектив

This article discusses the use of modern information systems and information technologies for the formation of corporate culture in Russian organizations. The authors analyze the impact of digitalization on internal communication processes, human resources and organizational effectiveness. Using specific companies and their practices as examples, the authors explore how the use of information technology can help create a positive corporate culture, increase employee engagement, and improve the internal environment. As a result of the article, a conclusion is drawn about the importance of taking into account modern tools in managing corporate culture for the successful development of an organization in the modern business world.

Keywords: corporate culture, information systems, information technologies, organization, team

В наше время современные информационные системы и технологии становятся неотъемлемой частью функционирования любого предприятия. Они не только оптимизируют рабочие процессы и повышают эффективность бизнеса, но также оказывают влияние на формирование корпоративной культуры. В данной статье мы рассмотрим, как использование современных информационных систем и технологий способствует развитию корпоративной культуры организации, влияя на внутреннее согласование, мотивацию сотрудников и создание благоприятной атмосферы в коллективе.

Актуальность темы заключается в том, что для каждой организации характерен такой феномен, как корпоративная культура. Корпоративная культура - совокупность ценностей и убеждений, разделяемых работниками фирмы, которые предопределяют их поведение и характер жизнедеятельности организации. [3]

Каждый менеджер сталкивается с проблемой: информация о внутренних информационных системах для повышения уровня корпоративной культуры доступна преимущественно сотрудникам и опыт остаётся внутри компании. При написании статьи использовалась информация, полученная непосредственно от сотрудников крупных компаний, что дает возможность собрать некоторый опыт и выделить определенные тенденции в современном управлении персоналом крупных компаний.

Через информационные системы и технологии можно оптимизировать большое количество задач корпоративной культуры. Например: онбординг новых сотрудников и их обучение, внутреннее общение, планирование мероприятий, распределение задач, планирование отпусков и системы мотивации. В каждой организации используется определенная система, которая соответствует особенностями производства. Из самых распространённых и востребованных можно назвать: сервисы Яндекса, Битрикс24, DirectumRX, почта Outlook, 1С ЗУП КОРП и другие.

Рассмотрим пример развития корпоративной культуры при помощи информационных систем и технологий. Российская локальная поисковая компания, которая разрабатывает цифровые карты и путеводители по городам - 2ГИС в Новосибирском штабе активно использует корпоративный информационный портал «Планета». Он позволяет руководству оптимизировать и улучшить многие процессы, связанные с корпоративной культурой. Сотрудников стимулирует к взаимопомощи и взаимоподдержке система мотивации с использованием баллов «Спасибки», которые можно использовать при оплате в корпоративной столовой, магазине фирменной одежды и сувениров, в организациях-партнерах и других сервисах компании.

Система задач и отслеживания бизнес-процессов также осуществляется в «Планете». Руководитель отдела назначает задачи, дедлайн, ресурсы и

делегирует их своим сотрудникам. Все результаты фиксируются в системе и формируют рейтинг сотрудников. Вся эта система помогает в разы оптимизировать задачи по созданию корпоративной культуры и развитию таких ее функций, как мотивирующая, образовательно-познавательная, адаптивная, коммуникативная [1].

Информационные системы и технологии используются для формирования корпоративной культуры не только в коммерческих организациях, но и в государственных. Одной из таких организаций является ФГБОУ ВО Новосибирский государственный университет экономики и управления. В вузе действует сразу несколько информационных систем и многие из них направлены на организационную культуру внутри университета. Система электронного документооборота и распределения задач по делопроизводству - DirectumRX. Она выполняет сразу несколько функций для повышения уровня корпоративной культуры, например, коммуникации, развитие ценностей: забота об экологии и ответственность.

Также университет осуществляет работу в системе Outlook, где упрощенная система поиска адресата письма, возможность планировать события и встречи, предлагая в календаре событие всем его участникам, бронировать помещения, оповещать о масштабных акциях и проектах университета. Многие задачи выполняются при помощи системы Airtable, которая позволяет мониторить выполнение задач, проводить оценку и самооценку сотрудников, узнавать мнение сотрудников о работе того или иного отдела и прочее. Airtable используется при адаптации новых сотрудников, для мотивации, образованию коллективного мышления. Таким образом, мы видим, что информационные системы активно используются и в государственных организациях для формирования корпоративной культуры.

ПАО Сбербанк — это крупнейший и старейший российский банк, который на 2023 год насчитывает более 210.000 сотрудников. Компания активно работает над развитием корпоративной культуры и придает ей большое значение, имеет кодекс корпоративной этики и делового поведения. Основными ценностями, которые организация транслирует своим работникам являются: экология и здоровье, а также уделяется большое внимание простой и удобной организации работы сотрудников и их взаимодействия. Рассмотрим информационные системы, которые используются для поддержания ценностей и развития взаимоотношений внутри компании [2].

Основным сервисом, который позволяет удобно организовать работу и все необходимые, связанные с этим процессы является «Сбердруг». Он позволяет осуществить запись на плановое тестирование, запросить необходимые доступы, подать заявку на ремонт оборудования, получить пропуск, оформить нужные документы и так далее. Помимо этого, он является своеобразной корпоративной социальной сетью, в которой есть личный кабинет с документами, доступами и сервисами, а также профилем и

визитной карточка сотрудника. В приложении встроена адресная книга, которая включает в себя контакты сотрудников, связи с проектами в компании, командами - все, что необходимо для оперативного поиска коллег. А также есть новостная лента со статьями и последними событиями компании, что позволяет сотрудникам быть в курсе всех изменений.

В «Сбердрузе» сотрудник может узнать и записать себя и своих родственников на любые корпоративные мероприятия. Таким образом, данный сервис оптимизирует взаимодействие между сотрудниками и реализует ценность компании, направленную на простую и эффективную организацию рабочего процесса, так как в одном приложении можно решить большинство задач, а также дает возможность сотрудникам участвовать во внерабочих мероприятиях, которые проводит ПАО Сбербанк, что способствует сплочению коллектива [4].

Другой важной информационной системой в организации корпоративной культуры Сбербанка является «Пульс». Это HR-платформа, где решаются большинство HR-задач: поиск коллег, оформление отпуска, заказ справок, аналитика о состоянии команды, выполнение целей, интегрированный поиск и наём специалистов, развитие навыков и компетенций сотрудников, управление карьерой. Зарплата, расчетные листы, премии и так далее. Через этот сервис сотрудники приобщаются к ценности компании, ориентированной на постоянное обучение и развитие своих навыков. А также HR-специалисты могут видеть всю необходимую статистику по персоналу банка и легко осуществлять свои функции по подбору, найму и адаптации сотрудников, которые разделяют ценности компании [5].

Сбербанк активно продвигает ценность здоровья и обеспечивает для своих сотрудников бесплатный доступ к тренажерным залам и бассейнам. Сотрудникам приходят напоминания о тренировках и времени через корпоративную почту и «Сбердруза». Организация также предоставляет своим сотрудникам ДМС, доступ к телемедицине, повышенные бонусы «Спасибо» и скидки за использование сервиса компании «ЕАптека». Таким образом, Сбербанк с помощью информационных систем реализует корпоративную культуру и через ценность здоровья. А также улучшает взаимоотношения между сотрудниками, так как предоставляет возможность совместно после работы заниматься спортом.

Сбербанк позиционирует себя как экологичный зеленый банк, с низким углеродным следом. Важность заботы об окружающей среде он транслирует и среди своих ценностей в корпоративной культуре. Организация уже 11 лет проводит благотворительный «зеленый марафон» с целью привлечения внимания к проблемам экологии. Каждый сотрудник ежегодно на почту и в сбердрузе получает оповещение о дате забега и имеет возможность не только записаться сам, но и своих родственников. Таким образом, Сбербанк способствует сплочению своих сотрудников и их семей вокруг экологических проблем.

Сбербанк активно применяет информационные системы в формировании и оптимизации корпоративной культуры, используя внутренние приложения, которые имеют широкий диапазон функций от распределения задач, сроков, ответственных лиц и возможности быстро найти в системе нужного сотрудника, до совместных мероприятий и общеорганизационных ценностей.

Таким образом, информационные системы и технологии могут успешно использоваться для формирования и развития корпоративной культуры разных организаций. Мы рассмотрели как их используют лидеры рынка - Сбербанк и 2GIS, а также как применяют в государственных организациях на примере ФГБОУ ВО НГУЭУ «НИНХ».

Наиболее рационально проводить внедрение информационных систем в корпоративную культуру в крупных компаниях, где численность сотрудников превышает 500 человек и руководители не имеют возможности напрямую транслировать ценности, помимо прописанной в документах политики, но имеют финансы для обеспечения работы информационных систем. Создание развитой корпоративной культуры позволяет увеличить эффективность работы сотрудников и сформировать комфортную рабочую среду.

Список литературы

1. «Идеальный мир» 2ГИС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pro.rabota.ru/ideal-world-2gis> (дата обращения: 01.05.2024).
2. «Кодекс корпоративной этики и делового поведения» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/redirected/com/ethics_interactive/ (дата обращения: 05.05.2024).
3. Машенко А.М., Азаркина К.С. Корпоративная культура // Форум молодых ученых. – 2018. – №6-2 (22). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-kultura-2> (дата обращения: 04.05.2024).
4. «СберДруг» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.timonov.me/ru/projects/sber/superapp?ysclid=lvz35dr4ks927846982> (дата обращения: 02.05.2024).
5. «HR-платформа Пульс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://developers.sber.ru/portal/products/pulse?ysclid=lvz36l66cz784772383> (дата обращения: 02.05.2024).

ДИСТАНЦИОННАЯ ЗАНЯТОСТЬ КАК ИНДИКАТОР ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Е.А. Лунегов, С.Ю. Петров, Е.Н. Лищук, С.Д. Капельюк
Сибирский государственный университет водного транспорта
Институт экономики и организации
промышленного производства СО РАН
lishchukEN@yandex.ru

В статье авторы исследуют современное состояние дистанционной занятости, которая выступает значимым индикатором цифровой экономики России. Отмечено, что развитие информационных технологий привело к распространению данной формы занятости. Авторами проведен анализ статистической информации о дистанционной занятости в России, выделены ее достоинства и недостатки как для работника, так и для работодателя. Полученные результаты позволяют расширить представление о свободной занятости и востребованных компетенциях на рынке дистанционной работы в условиях цифровизации.

Ключевые слова: дистанционная занятость, рынок труда, цифровая экономика, навыки

In this article, the authors explore the current state of remote employment, a significant indicator of Russia's digital economy. They note that the advancement of information technology has led to the spread of this form of employment. The authors conducted an analysis of statistical data on remote employment in Russia, identifying its advantages and drawbacks for both employees and employers. The findings expand our understanding of freelance work and in-demand competencies in the remote job market in the context of digitalization.

Keywords: remote employment, labor market, digital economy, skills

В ответ на вызовы современного мира получили популярность новые формы занятости, обеспечивающие более эффективное взаимодействие между работниками и работодателями с учетом достижения целей организации. В настоящее время к числу наиболее прогрессивных форм занятости относятся различные форматы дистанционной занятости (удаленная, гибридная, платформенная и другие) [5, с. 51].

Дистанционный формат занятости, изначально введенный как временная мера, стал довольно популярным, создав новые возможности для осуществления трудовой деятельности в любом месте мира. Можно сделать вывод, что удаленная работа имеет значительный потенциал для развития в условиях цифровой экономики, особенно для выполнения интеллектуальной работы. Тем не менее, остаются важными вопросы эффективного управления удаленными сотрудниками, создания корпоративных стандартов для компаний с удаленной формой работы, а также изучения методов организации удаленной

работы для различных профессий и видов экономической деятельности. Эти и другие аспекты, требуют повышенного исследовательского внимания и указывают на необходимость изучения современного состояния и структуры дистанционной занятости в России в постпандемийный период.

Целью данного исследования является оценка текущего состояния дистанционной занятости населения в России и определение перспектив ее развития.

Объектом исследования выступает занятое население, работающее дистанционно.

Информационной базой исследования послужила статистическая информация о дистанционной занятости, которая включена в значимые индикаторы цифровой экономики России за 2022 год, и нашла отражение в одноименном сборнике 2024 года [2]. В нем использованы актуальные опубликованные данные Росстата, Минцифры России и др. министерств и ведомств, а также собственные разработки ученых Института статистических исследований и экономики знаний (далее – ИСИЭЗ) НИУ ВШЭ.

В ходе исследования нами изучены статистические данные за 2022 год и проведен анализ дистанционной занятости через призму социально-демографических характеристик населения (по полу, по типу населенных пунктов, по возрасту, по уровню образования), по видам экономической деятельности, а также по группам занятий. Наряду с этим, изучение исследовательских работ по данной теме позволило нам выделить отмечаемые преимущества и недостатки данной формы занятости. Полученная информация в совокупности способствует расширению представления о масштабах и значимости дистанционной занятости как индикатора цифровой экономики в России.

Стремительный технический прогресс и развитие информационных технологий послужили новым импульсом в трансформации трудовой сферы. Технологической основой для распространения практики применения дистанционной занятости стала дешевая телефонная связь, стабильный Интернет. Так современной тенденцией на международных рынках труда является расширение практики применения нестандартных форм занятости и все большее распространение дистанционной ее формы, когда работодателю и работнику непринципиально территориальное месторасположение друг друга.

Для оценки современного состояния дистанционной занятости в России мы провели статистический анализ, по результатам которого сделаны следующие выводы.

В 2022 году в России *дистанционно* (без учета данных по платформенной занятости) работали 1917 тыс. человек. Из них 44,4% (852 тыс. человек) работали на условиях полной рабочей недели, а 55,6% (1 065 тыс. человек) – несколько дней в неделю [2]. Отсюда следует, что гибридный формат работы является более предпочтительным среди населения России.

По гендерному признаку очевидна следующая ситуация с дистанционным форматом занятости. Его выбрали 782 тыс. мужчин (40,8 %) и 1135 тыс. женщин (59,2 %). Как отмечают исследователи, основными мотивами большинства женщин, которые работают дистанционно, выступают улучшение качества жизни и оптимизации домашнего быта.

Согласно статистике, распределение дистанционной занятости неоднородно как в региональном разрезе, так и по типу населенных пунктов. Данный формат занятости наиболее распространен среди городского населения – 1135 тыс. человек (86,3 %). В сельской местности дистанционно работает всего 263 тыс. человек (13,7 %).

С повышением уровня образования увеличивается доля работающих в дистанционном формате. Установлено, что большинство из них (74,5 %) имеют высшее образование, а еще 20,4 % – среднее профессиональное образование.

Анализ распространения дистанционной занятости по возрастным группам населения показал, что наибольшие доли приходятся на две категории граждан: в возрасте от 30 до 39 лет (35 %) и от 40 до 49 лет (26,4 %). Наименьшая доля населения, работающего дистанционно, отмечена в группе 60 лет и старше (5,2 %). Такая ситуация во многом объясняется недостаточным уровнем владения цифровыми навыками среди лиц более старшего возраста. Так среди населения в возрасте от 55 до 64 лет более чем половина (57,8 %) имеют низкий уровень владения цифровыми навыками; 20 % – базовый уровень и 6,1 % – выше базового. С увеличением возраста уровень владения цифровыми навыками снижается, растет доля лиц, которые не использовали интернет в течение последних трех месяцев.

В структуре дистанционной занятости в тройке лидеров по видам экономической деятельности находятся: «научная и техническая деятельность» (15,6 %), «оптовая и розничная торговля» (14,5 %), «образование» (13,6 %). Следует отметить, что такой вид деятельности как «информация и связь» занимает 11,1 % в структуре дистанционной занятости. При этом является лидером по численности занятого населения, работающего дистанционно, – 16,2 % (в сравнении «профессиональная, научная и техническая деятельности» имеет результат – 11,3 %). В свою очередь, «отрасль IT» занимает в данном виде деятельности самую многочисленную группу (27,5 %). В то время как на «телекоммуникации» приходится 6,7 % работающих дистанционно.

Оценка структуры дистанционной занятости по группам занятий показала, что 68,9 % составляют специалисты высшего уровня квалификации, из них: работающие в сфере бизнеса и администрирования составляют 28,5 %; в области права, гуманитарных наук и культуры – 20,8 %; информационно-коммуникационных технологий – 18,2 %. Бесспорно, для успешной работы в дистанционном формате работнику необходимо иметь соответствующий багаж профессиональных компетенций.

Ученые НИУ ВШЭ выделили наиболее востребованные компетенции в цифровой сфере. К ним относятся: работа с базами данных, владение

английским языком, машинное обучение, владение методами защиты информации, взаимодействие с клиентами, управление проектами, работа в команде и другие [6].

Следовательно, востребованность на рынке труда специалиста, работающего в цифровой среде, будет зависеть от уровня владения такими компетенциями и состава профессионального багажа.

По данным совместного исследования hh.ru и компании «Вебинар Технологии», лидерами по числу вакансий с дистанционным режимом труда в 2023 году является отрасль IT (39,9 % вакансий) [7]. В этой связи в целях настоящего исследования мы изучили вакансии, размещенные на платформе по поиску работы hh.ru в разделе «Информационные технологии, системная интеграция, интернет» по наиболее востребованным специальностям по числу размещенных вакансий, а именно: программист, разработчик (3700 вакансий), специалист технической поддержки (2104 вакансий), аналитик (960 вакансий) и тестировщик (634 вакансии). Установлено, что на данной платформе по состоянию на 26.04.2024 размещено 10544 вакансии с удаленным графиком работы. Это позволяет сделать вывод о том, что работники сферы информационных технологий достаточно востребованы среди работодателей, желающих привлечь их на условиях дистанционной занятости.

По результатам изучения содержания вакансий мы также выделили наиболее распространенные навыки, которые необходимы сотруднику, работающему дистанционно в сфере IT, а именно: знание языка программирования, опыт работы с базами данных, навык работы с операционными системами, знание сетевых технологий, быстрый анализ и решение проблем, умение грамотно коммуницировать с коллегами и клиентами. Набор перечисленных компетенций может отличаться в зависимости от специализации и конкретной должности, но, по мнению работодателей, сотрудники, обладающие данными навыками, пользуются наибольшим спросом. Между тем, дистанционный формат занятости имеет преимущества и недостатки, как для работников, так и для работодателей. Учеными Департамента социологии НИУ ВШЭ установлены различные преимущества дистанционного формата для работника. Среди них можно выделить возможность работать в удобное время; отсутствие необходимости тратить деньги и время на дорогу; способность переключаться на другие дела и легче сосредотачиваться на поставленной задаче; отсутствие строго дресс-кода и внимания со стороны других людей; обеспеченность более современной техникой и рабочими материалами. В то же время выделены и негативные аспекты такие как ощущение изоляции из-за нехватки общения с коллегами; непонимание со стороны родственников, желающих активнее вовлечь их в домашние дела; присутствие различных отвлекающих факторов и шумов [1].

По мнению Т.А. Камаровой, работодатели используют дистанционный формат занятости по различным причинам. В число таких причин входят увеличение продуктивности труда профессионалов, которые экономят время

на дорогу; оптимизация издержек компании; рост числа краткосрочных проектов, требующих временного привлечения сотрудников; возможность привлечения квалифицированных специалистов из других регионов; возможность продолжения работы для женщин-профессионалов во время декретного отпуска. Также дистанционный формат позволяет сотрудникам более гибко сочетать рабочую нагрузку и свободное время [3, с. 76]. По сути, перечисленные причины подчеркивают преимущества использования работодателями данного формата занятости.

Ю.В. Холодионова в числе недостатков использования работодателями дистанционной занятости выделяет: проблему внедрения дистанционного труда, контроль и управление рабочим временем, сопутствующие убытки работодателя [4, с. 344]. При этом автор уточняет, что все недостатки могут превратиться в преимущества в случае правильной организации труда.

Изучение экономической литературы и публикаций по данной теме выявило, что отмеченные нами преимущества и недостатки дистанционной занятости не носят исчерпывающий характер. Результативность данного вида занятости зависит от многих факторов, включая тип работы, личные предпочтения, способности к самомотивации и организации и другие. Для некоторых людей дистанционная занятость может быть отличным выбором, позволяющим улучшить баланс между работой и личной жизнью, а для кого-то она может стать вызовом из-за описанных выше недостатков. В этой связи, важно взвешено анализировать все плюсы и минусы данного занятия перед принятием решения о переходе на дистанционную работу.

По итогам проведенного исследования нами сделан вывод о том, что дистанционные форматы занятости в цифровой сфере востребованы среди работодателей России, что подтверждается значительным числом вакансий с возможностью удаленной работы. Навыки, необходимые для работы в дистанционном формате IT-отрасли, включают знание языков программирования, опыт работы с базами данных, умение работы с операционными системами и другие, что подчеркивает важность наличия продвинутых цифровых компетенций у работников, рассматривающих данные форматы занятости. Для работников дистанционная занятость может обеспечить гибкий график работы и экономию времени на дорогу. В то же время дистанционная занятость связана с такими недостатками как нехватка общения и наличие отвлекающих от работы факторов. Для работодателей дистанционная занятость дает возможности оптимизации издержек, привлечения квалифицированных работников из других регионов и увеличения производительности труда. Однако при этом требуется решение проблемы контроля над рабочим временем и организацией работы. С учетом вышеизложенного эффективность дистанционной занятости может сильно варьироваться в зависимости от индивидуальных предпочтений работников и работодателей, компетенций работника и специфики конкретной работы.

***Благодарности.** Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-28-01298, URL: <https://rscf.ru/project/23-28-01298/>.*

Список литературы

1. Волошина И.А. Актуальные вопросы дистанционной работы / И.А. Волошина, И.И. Баргоякова, Т.Р. Новикова // Актуальные вопросы современной экономики. – 2021. – № 2. – С. 72-88.
2. Индикаторы цифровой экономики: 2024: статистический сборник / В.Л. Абашкин, Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишневецкий, Л.М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: ИСИЭЗ ВШЭ. – 2024.
3. Камарова Т.А. Преимущества и недостатки дистанционной занятости / Т.А. Камарова // Достойный труд - основа стабильного общества: Материалы X Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 24–27 октября 2018 года / Ответственные за выпуск Е.Е. Лагутина, М.И. Плутова. – Екатеринбург: Уральский государственный экономический университет. – 2018. – С. 72-77.
4. Кряжевских К.А., Дорофтеева Д.А. Дистанционный труд: преимущества и недостатки // Вопросы российской юстиции. – 2022. – №18. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/distantсионnyy-trud-preimuschestva-i-nedostatki> (дата обращения: 13.04.2024).
5. Руденко Г.Г. Дистанционная занятость: современные тенденции трансформации / Г.Г. Руденко, Ю.В. Долженкова // Социально-трудовые исследования. – 2020. – № 4(41). – С. 50-56.
6. Черногорцева С.В., Вертинская А.В. Топ-15 компетенций и навыков в цифровой сфере [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://issek.hse.ru/news/540276172.html> (дата обращения: 13.04.2024).
7. hh.ru и МТС Линк: в России растет доля вакансий с удаленным и гибридным режимом работы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ucaas.cnews.ru/news/line/2023-11-3_hhru_i_mts_link_v_rossii_rastet (дата обращения: 13.04.2024).

ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕР ПО УЛУЧШЕНИЮ ФИНАНСОВОЙ
УСТОЙЧИВОСТИ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ
В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ КРИЗИСОВ

В.О. Елтышев, Д.А. Токмагашев

Новосибирский военный ордена Жукова институт имени генерала армии

И.К. Яковлева войск национальной гвардии РФ

v.elt@yandex.ru

В работе осуществлен анализ мер, реализуемых Центральным Банком Российской Федерации по улучшению финансовой устойчивости банковского сектора экономики, в условиях финансовых кризисов. Были исследованы основные меры, направленные на укрепление регулирования, надзора и управления рисками в банковском секторе для повышения его устойчивости к экономическим кризисам в период пандемии и введения рядом стран односторонних экономических рестрикций в отношении Российской Федерации. Сделан вывод, что санация проблемных банков, а также меры по поддержанию ликвидности и стимулированию кредитования оказались эффективными в минимизации негативных последствий для экономики России.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, экономический кризис, банковская система, Центральный Банк, экономическая безопасность, управление рисками

The paper analyzes the measures implemented by the Central Bank of the Russian Federation to improve the financial stability of the banking sector of the economy in the context of financial crises. The main measures aimed at strengthening regulation, supervision and risk management in the banking sector to increase its resilience to economic crises during the pandemic and the introduction of unilateral economic restrictions against the Russian Federation by a number of countries were investigated. It is concluded that the rehabilitation of troubled banks, as well as measures to maintain liquidity and stimulate lending, have proved effective in minimizing negative consequences for the Russian economy.

Keywords: financial stability, economic crisis, banking system, Central Bank, economic security, risk management

Финансовая устойчивость банковской системы является одним из ключевых аспектов экономической безопасности государства, особенно в периоды экономических кризисов. Российская Федерация за последние два десятилетия столкнулась с несколькими значительными экономическими

вызовами, которые потребовали от государственных и финансовых институтов принятия решительных мер для поддержания стабильности банковской системы.

После кризиса 2008 года Центральный банк России значительно ужесточил требования к капиталу банков. Это было направлено на увеличение устойчивости банков к потенциальным потрясениям. Введение международных стандартов Базель III началось в 2013 году и предполагало постепенное увеличение нормативов достаточности капитала, а также введение новых буферов капитала.

Базель III представляет собой международный регуляторный стандарт для банков, разработанный Базельским комитетом по банковскому надзору в ответ на финансовый кризис 2007-2009 годов [1, с. 17]. Основная цель этих стандартов — укрепление регулирования, надзора и управления рисками в банковском секторе для повышения его устойчивости к экономическим шокам. Вот основные аспекты и цели Базель III

1. Увеличение капитала: Базель III значительно увеличивает минимальные требования к качеству и количеству капитала банков. Это включает в себя увеличение минимального коэффициента достаточности капитала с 8% до 10.5%. Важным нововведением является введение буфера капитала сохранения, который составляет дополнительные 2.5% к основному капиталу, что повышает общий минимальный уровень капитала до 7% от рискованных активов.

2. Введение буферов капитала: Базель III вводит несколько видов капитальных буферов, включая буфер капитала сохранения и буфер системной важности, чтобы обеспечить дополнительные резервы капитала, которые могут быть использованы в периоды финансового стресса.

3. Управление ликвидностью: Впервые введены глобальные стандарты управления ликвидностью, включая коэффициент краткосрочной ликвидности (Liquidity Coverage Ratio, LCR) и коэффициент стабильного финансирования (Net Stable Funding Ratio, NSFR). LCR требует, чтобы у банков было достаточно высоколиквидных активов для покрытия потенциальных чистых оттоков наличности в течение 30-дневного периода стресса. NSFR обеспечивает, чтобы у банков были стабильные источники финансирования в соответствии с их долгосрочными активами и обязательствами.

4. Улучшенное управление рисками: Базель III усиливает требования к банкам по идентификации, измерению и контролю рисков, включая кредитный риск, рыночный риск и операционный риск. Это включает в себя более строгие стандарты для оценки риска контрагента и экспозиции в производных финансовых инструментах.

5. Леверидж рейт (коэффициент финансового рычага): Введение универсального коэффициента финансового рычага, который ограничивает

общий размер баланса банка в отношении его капитала, предотвращая чрезмерное использование долга.

Эти меры направлены на то, чтобы банки стали более устойчивыми к потрясениям, улучшили управление рисками и повысили прозрачность своей деятельности. Базель III был постепенно внедрен в различных странах с 2013 года, и его полное внедрение продолжается до сих пор.

Введение стандартов Базель III способствовало укреплению капитальной базы российских банков. К примеру, крупнейшие банки, такие как Сбербанк и ВТБ, успешно прошли стресс-тестирование, что подтвердило их способность выдерживать серьезные экономические шоки.

Центральный банк Российской Федерации (ЦБ РФ) активизировал процесс санации финансовых учреждений, используя механизмы реорганизации и прямой финансовой поддержки. Это позволило предотвратить банкротства крупных банков, что могло бы привести к системным рискам для всей экономики.

Санация и реорганизация проблемных банков — это комплекс мер, направленных на восстановление финансового состояния и улучшение управления банками, которые оказались в трудной экономической ситуации или столкнулись с возможностью банкротства [2, с. 148]. В России этот процесс регулируется законодательством и под эгидой ЦБ РФ. Основные аспекты санации и реорганизации проблемных банков:

1. Выявление проблемных банков.

Первым шагом является диагностика банка на предмет финансовых проблем, таких как нехватка ликвидности, низкая капитализация, высокий уровень просроченной задолженности и т.д. Это обычно осуществляется ЦБ РФ в рамках своих надзорных функций.

2. Принятие решения о санации.

Если банк признается финансово неустойчивым, ЦБ РФ может принять решение о необходимости его санации. Затем определяется стратегия и механизм действий — либо проведение санации за счет собственных средств владельцев банка и/или за счет привлечения инвесторов, либо воспользоваться фондом консолидации банковского сектора.

3. Выбор санатора.

Санатором может выступать другой финансово устойчивый банк или специализированные организации, такие как Фонд консолидации банковского сектора (создан ЦБ РФ для этих целей). Санатор разрабатывает и реализует план мер по восстановлению финансового здоровья проблемного банка.

4. Реализация санационных мер.

Это может включать реструктуризацию долгов, оптимизацию бизнес-модели и структуры управления, сокращение издержек, увеличение капитала за счет дополнительных вложений и т.д. Указанные меры направлены на восстановление платежеспособности, ликвидности и прибыльности банка.

5. Мониторинг и контроль.

В течение всего процесса санации Центральный банк осуществляет постоянный мониторинг и контроль за деятельностью санатора и санационного банка для оценки эффективности принимаемых мер и внесения корректив в план санации при необходимости.

6. Завершение санации.

По завершении санации, когда финансовая устойчивость банка восстановлена, ЦБ РФ принимает решение о завершении процесса санации. Банк продолжает работу в обычном режиме, но остается под повышенным надзором на некоторое время.

В 2017 году были санированы такие крупные банки, как Бинбанк и Промсвязьбанк. ЦБ РФ предоставил необходимые финансовые ресурсы для стабилизации их деятельности, что позволило сохранить уверенность вкладчиков и предотвратить панику на рынке.

В условиях кризиса ЦБ РФ активно использует инструменты рефинансирования для поддержания ликвидности банков. Кроме того, были разработаны программы стимулирования кредитования ключевых секторов экономики, включая малый и средний бизнес. Применялись следующие инструменты рефинансирования для поддержания ликвидности банков:

1. Операции РЕПО: ЦБ РФ активно использовал РЕПО сделки, которые позволяют банкам получать краткосрочное финансирование под залог ценных бумаг. Это помогает банкам поддерживать ликвидность на должном уровне, особенно в периоды повышенного спроса на наличные средства [3, с. 116].

2. Прямые рефинансирования: ЦБ предоставлял кредиты банкам на более длительные сроки под определенные виды залогов, что позволяло банкам не только справляться с краткосрочными потребностями в ликвидности, но и планировать свою деятельность на более длительный период.

3. Снижение обязательных резервных требований: В кризисные периоды ЦБ РФ временно снижал нормы обязательных резервов, что позволяло банкам освободить дополнительные ресурсы для кредитования экономики.

4. Льготные кредиты для ключевых секторов экономики: ЦБ РФ ввел специальные программы кредитования для поддержки отдельных секторов экономики, особенно пострадавших в результате кризиса.

К примеру, в период пандемии COVID-19 Центральный банк снизил ключевую ставку до исторического минимума - 4,5%, что позволило банкам снизить стоимость кредитов для бизнеса и частных лиц. Это стимулировало экономическую активность и помогло многим компаниям пережить период пандемии.

Меры, принятые Центральным банком России и другими государственными структурами, в значительной степени способствовали повышению финансовой устойчивости банковской системы страны в условиях экономических кризисов. Ужесточение регуляторных требований,

активная санация проблемных банков, а также меры по поддержанию ликвидности и стимулированию кредитования оказались эффективными в минимизации негативных последствий для экономики. Однако необходимо продолжать работу по совершенствованию финансовой системы, включая улучшение корпоративного управления в банках, повышение прозрачности их деятельности, а также разработку новых инструментов для предотвращения и управления кризисными ситуациями в будущем.

Список литературы

1. О приведении банковского регулирования в соответствие со стандартами базельского комитета по банковскому надзору (базель III) в условиях нестабильной экономической ситуации: монография / коллектив авторов; под ред. И.В. Ларионовой. – М.: КНОРУС. – 2018. – 190 с.
2. Кроливецкая В.Э., Масловская Е.О. О механизме предупреждения банкротства проблемных банков в России // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и Экологический менеджмент». – 2023. – № 4. – С. 141-152.
3. Прощалыгин Р.А., Странцов А.А. Наличные деньги как предмет договора мены // Алтайский юридический вестник. – 2015. – № 1 (9). – С. 116-119.

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РЫНКА СТРАХОВАНИЯ ЖИЗНИ В РОССИИ

С.А. Ермошенко, И.Я. Новикова
Новосибирский государственный университет
экономики и управления «НИНХ»
demermeh@gmail.com

В статье проведен анализ российского рынка страхования жизни и отдельных его сегментов. Проанализирована структура активов страховщиков с 2019 по 2023 год. Произведен разбор структуры и динамики рынка страхования жизни по сегментам с 2012 по 2023 год, выявлены причины роста и падения в отдельных периодах, а также обозначена степень влияния текущей ситуации на рынок. Сделан вывод о том, что в страховании жизни будет становиться все более доступным для населения и адаптированным к изменяющимся потребностям клиентов. Результаты анализа могут быть применены при формировании новых страховых продуктов.

Ключевые слова: страховой рынок, инвестиционное страхование жизни, накопительное страхование жизни, страховые взносы

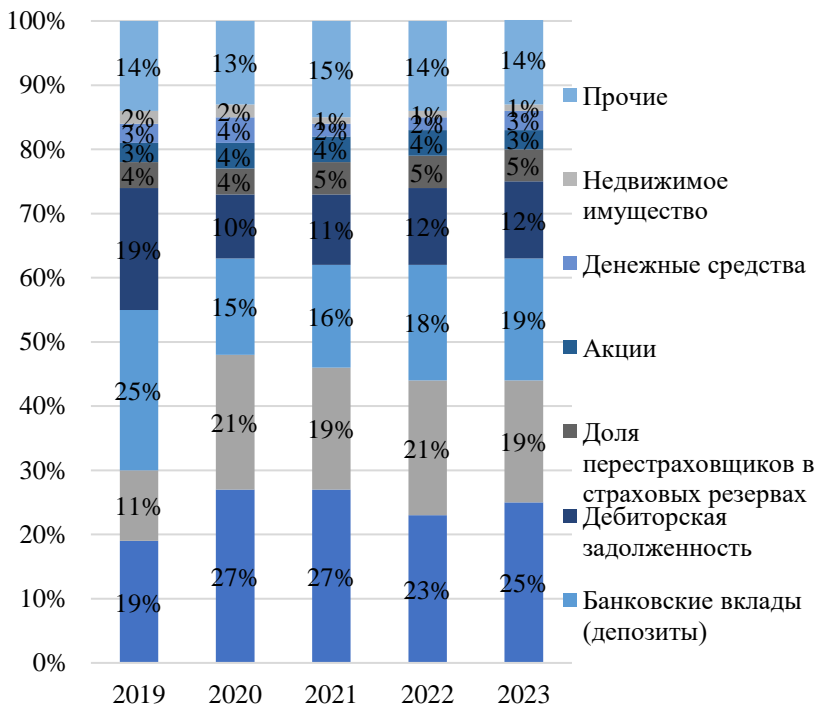
The article analyzes the Russian life insurance market and its individual segments. The structure of insurers' assets from 2019 to 2023 is analyzed. The analysis of the structure and dynamics of the life insurance market by segment from 2012 to 2023 was carried out, the causes of growth and decline in certain periods were identified, and the degree of influence of the current situation on the market was indicated. It is concluded that life insurance will become increasingly accessible to the public and adapted to the changing needs of customers. The results of the analysis can be applied in the formation of new insurance products.

Keywords: insurance market, investment life insurance, cumulative life insurance, insurance premiums

В настоящее время российский страховой рынок, как и вся экономика, находится под давлением санкционных, геополитических, валютных и рыночных рисков. Несмотря на это, в 2023 году объем страхового рынка составил 2,3 трлн рублей, увеличившись на 25,8% по сравнению с 2022 годом. Наибольший прирост страхового рынка обеспечило страхование жизни в размере 56%, автострахование – 21%, добровольное медицинское страхование – 8%. Росту привлекательности накопительного и инвестиционного страхования жизни способствовали низкие ставки по депозитам в первом полугодии 2023 г. [1].

Для понимания общих тенденций на страховом рынке необходимо рассмотреть, как изменялась структура активов страховщиков с 2019 по 2023 год (рисунки 1).

Рисунок 1 – Структура активов страховщиков в 2019-2023 гг., %



Исходя из данных ЦБ [3] можно сделать вывод, что за рассматриваемый период основными активами являются: облигации, государственные и муниципальные ценные бумаги, банковские вклады и дебиторская задолженность. Доля облигаций в структуре активов страховщиков находится примерно на одном уровне. При этом доля государственных и муниципальных ценных бумаг в портфеле увеличилась относительно 2019 года. Темп прироста составил 72%. Дебиторская задолженность остается неизменной в течение последних трех лет. При этом стоит отметить, что доля высокорискованных активов за исследуемый период остается незначительной.

Необходимо отметить, что инвестиционное и накопительное страхование жизни довольно часто подвергались мисселингу, то есть продаже одного страхового продукта под видом другого. Полисы ИСЖ продавались как высокодоходная альтернатива вкладам. С начала 2019 года Банк России проводит работу по борьбе с данным явлением. В результате число жалоб на мисселинг в 2023 году сократилось на 51% по сравнению с 2022 годом. Уменьшение случаев мисселинга повышает доверие потребителей к

финансовому продукту, снижает риск убытков, которые могли возникнуть в следствии возникновения юридических проблем, а также говорит об улучшении нормативной среды.

На рисунке 2 можно увидеть динамику страхового рынка в сегменте страхования жизни.



Рисунок 2 – Динамика страхового рынка в России в разрезе страхования жизни и non-life страхования с 2015 по 2023 год

При рассмотрении динамики страхового рынка в части страховых взносов по страхованию жизни можно заметить стремительный рост в период с 2015 по 2018 года с 53 до 206 млрд рублей, темп прироста составил 288,6%. Но после 2018 года наблюдается спад. Это может быть связано с началом деятельности Центрального Банка по борьбе с мисселингом, что предполагает ужесточение контроля и введение правил продажи сложных инвестиционных продуктов. Такая ситуация продержится до 2021 года.

Население проявило интерес к страхованию жизни в постковидный период. Люди начали более серьезно относиться к своему здоровью. Стоимость и качество медицинских услуг растут в обратной зависимости. Страховое покрытие сможет существенно снизить расходы в случае заболевания. Кроме того, страховка минимизирует финансовые риски, с которыми домохозяйства столкнулись во время пандемии. Отсутствие заработка в течение долгого времени серьезно ударило по кошелькам граждан.

На рисунке 3 видно, что с 2012 по 2023 произошло изменение в структуре страхования жизни.



Рисунок 3 – Динамика структуры рынка страхования жизни в России по сегментам с 2012 по 2023 год

Одно из самых заметных изменений – переток средств клиентов из сегмента НСЖ в ИСЖ. Это связано с тем, что полисы этого продукта постепенно выходят из сегмента премиум и становятся доступны большинству, благодаря снижению минимального порога входа. Также влияние оказал мисселинг, усиленная борьба с которым началась только в 2019 году. Темп прироста ИСЖ в 2018 году относительно 2012 года составит 757,5%. С 2018 по 2021 год популярность продукта пойдет на спад и темп прироста составил -33,3%. За весь период – 471,2%.

Другим популярным продуктом за рассматриваемый период является кредитное страхование жизни. В 2012 году страхование заёмщиков составляло 41,8 %, так как в этот период наблюдался рост ипотечного и автокредитования. Однако в 2023 году ситуация изменилась. Экономическая ситуация стала более сложной, и спрос на кредиты снизился. Это привело к уменьшению доли страхования заёмщиков до 26,4 %.

С 2019 по 2021 год НСЖ снова начинает выходить на первый план. Темп прироста относительно 2012 года составил -20,9%, но при рассмотрении относительно 2018 года, когда доля взносов за рассматриваемый период была минимальна – темп прироста составит 111,3%. Рост НСЖ 2019 года может объясняться начавшейся усиленной борьбой Центрального Банка с мисселингом, предполагающую установление обязательных требований для

продавцов инвестиционных продуктов. Это должно было повысить прозрачность рынка и улучшить информирование клиентов.

Геополитическая ситуация, которая началась в феврале 2022 года, сильно ударила по страховому рынку и экономике Российской Федерации в целом. Центральный Банк принимал экстренные меры по выравниванию ситуации на финансовых рынках. Так, например, для снижения рисков финансовой стабильности ключевая ставка была повышена с 9,5% до 20%. Это повлекло увеличение ставок по банковским депозитам, что также оказало влияние на объем взносов по ИСЖ. Кроме того, многие финансовые инструменты, которые использовались в программах инвестиционного страхования жизни стали недоступны, так как рискованная часть взносов инвестировалась в основном в структурные облигации иностранных банков недружественных стран.

Можно отметить, что в 2022 году популярность накопительного страхования жизни (НСЖ) выросла из-за перехода россиян от потребительской модели финансового поведения к сберегательной. [2] Это связано с ростом рисков для инвесторов и потребностью в надёжных финансовых инструментах для защиты жизни и здоровья, а также сохранения средств в условиях экономической нестабильности.

В 2023 году наблюдается стремительный рост страховых взносов по страхованию жизни. Темп роста относительно 2022 года составил 57,3%.

Накопительное страхование жизни составило почти половину от всех страховых взносов по страхованию жизни. Данное явление может быть причиной того, что россияне все еще придерживаются политики сбережения средств, а не преумножения. Также это может быть связано с тем, что доходность по другому сложному инвестиционному продукту этого же сегмента не гарантирована и имеет очень высокий риск в настоящее время. Кроме того, инвестиционные программы, предлагаемые страховыми компаниями, однотипны и в основном нацелены на инвестирование в голубые фишки фондового рынка России. Таким образом, ИСЖ занимает ¼ часть взносов. Темп прироста по сравнению с 2021 годом составил -42,4%.

Кредитное страхование составляет 26,4%. В период с 2021 по 2023 год темп прироста составил 13%. Это может говорить о том, что кредитный рынок медленно набирает обороты. В 2023 году наибольший рост показало ипотечное кредитование. Совокупный спрос вырос на 35%.

Несмотря на ограничения инвестирования в активы зарубежных компаний, рынок страхования имеет положительную динамику. Тем не менее, отмечается усиливающаяся консервативная стратегия в структуре активов страховщиков, что влечет за собой пониженную доходность. Инвестиционная привлекательность таких продуктов как ИСЖ и НСЖ снижается, на фоне роста ключевой ставки, и, как следствие, роста ставки по банковским депозитам.

В результате исследования было выявлено, что клиентам не хватает доходности и стоит обратить внимание на более рискованные стратегии внутри российского финансового рынка, если клиенты готовы рисковать. И при этом сделать страховые продукты, покрывающие более обширный список рисков по здоровью. Наблюдается положительная динамика на страховом рынке, что говорит о том, что в ближайшее время страхование жизни будет становиться все более доступным и адаптированным к изменяющимся потребностям клиентов. Это подчеркивает важность постоянного анализа и адаптации страховых продуктов к меняющимся рыночным условиям.

Список источников

1. Басова О., Янин А. Итоги 2023 года на страховом рынке и прогноз на 2024-й: от рекорда к замедлению [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://raexpert.ru/researches/insurance/ins_market_2023/ (дата обращения: 23.04.2024).
2. Дрозд, О. В. Проблемы и перспективы развития накопительного и инвестиционного страхования жизни в России / О. В. Дрозд, А. Д. Рыбников // Научный Альманах ассоциации France-Kazakhstan. – 2023. – № 2. – С. 142-154.
3. Официальный сайт Центрального Банка России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cbr.ru/> (дата обращения: 26.04.2024).

О НЕОБХОДИМОСТИ И МЕТОДАХ ОПТИМИЗАЦИИ КРЕДИТНЫХ ПОРТФЕЛЕЙ БАНКОВ

А.А. Сейнек-оол, Н.В. Колоскова
Сибирский университет потребительской кооперации
aseynekool@mail.ru

В статье рассматривается кредитный портфель банка и методы его оптимизации, определено понятие оптимального кредитного портфеля. Проанализирована динамика кредитного портфеля банковской системы России за последние годы. Обоснован авторский подход к оптимизации кредитного портфеля коммерческого банка, который состоит в необходимости учёта всех факторов влияния и выборе направлений оптимизации, согласно тем критериям, которые позволяют обеспечить сбалансированный рост портфеля – при его заданных значениях ликвидности, доходности, рисковости.

Ключевые слова: кредитный портфель банка, концентрация, диверсификация, просроченная задолженность, оптимизация портфеля

The article examines the bank's loan portfolio and methods of its optimization, defines the concept of an optimal loan portfolio. The dynamics of the loan portfolio of the Russian banking system in recent years has been analyzed. The author's approach to optimizing the loan portfolio of a commercial bank is justified, which consists in the need to take into account all factors of influence and the choice of optimization directions, according to those criteria that allow for balanced portfolio growth - with its set values of liquidity, profitability, and riskiness.

Keywords: bank's loan portfolio, concentration, verification, overdue debt, portfolio optimization

Тема проведённого исследования актуальна, поскольку успешная кредитная работа коммерческого банка невозможна без глубокого изучения причин невозврата кредитов, факторов неэффективности размещённых активов и т.п. Банки являются важным звеном национальной финансовой системы, и основная их деятельность состоит в предоставлении заемных средств субъектам экономики. Выданные клиентам – физическим и юридическим лицам, государственным и частным структурам и т.п., денежные средства составляют кредитный портфель банка. Кредитные портфели преобладают в составе активов российских банков, занимая от 65 до 90%. Удельный вес кредитов в валюте баланса в основном зависит от выбранной специализации банка, от типа его кредитной политики (агрессивная/консервативная), от лояльности клиентов банка. Т.е. масштаб кредитования – вопрос, на который каждый банк отвечает по-своему, исходя из стратегии и тактики, ресурсных ограничений, определённых на период.

Таким образом, любой банк должен сформировать кредитный портфель, соответствующий его целям и возможностям, его кредитной политике.

Чтобы привлекать больше клиентов и повышать свой рейтинг, банк должен постоянно совершенствовать кредитные продукты и увеличивать количество видов предоставляемых ссуд. Кредитный портфель является важным показателем финансового состояния и эффективности работы банка. Он отражает объемы и качество предоставленных заёмных средств, а также кредитные риски, которые банк принимает на себя.

Кредитная политика банка играет исключительную роль в том, каким будет кредитный портфель банка, так как она определяет основные свойства кредитных продуктов, их специфику, необходимую для того, чтобы выделяться на фоне других кредитных институтов. Также кредитная политика отвечает за ту нишу, которую банк будет занимать на кредитном рынке, следовательно, она указывает на то, какие финансовые инструменты будут предпочтительными при совершении кредитных операций. Таким образом, кредитный портфель банка формируется в рамках его кредитной политики. Политика также отвечает и за кредитные потери и риски, именно она устанавливает риск-аппетит банка (предельно допустимый риск), ориентирует на создание необходимых резервов под обесценение кредитных вложений, рекомендует лимиты на операции и на типы заёмщиков [1].

Кредитная политика банка, как и любой другой вид финансовой политики, может быть экспансионистской либо умеренной, выбранному типу политики будет обязательно соответствовать тип кредитного портфеля: портфель роста/портфель доходов (рискованный) либо портфель качества и стабильности (консервативный).

Рассмотрим рейтинг банков по объёму кредитного портфеля в таблице 1.

Таблица 1 – Топ-10 банков по величине кредитного портфеля [5]

Место	Название банка	Показатель, млрд руб.		Изменение	
		июнь 2023 г.	февраль 2024 г.	млрд руб.	%
1	Сбербанк	31 578	36 707	+5 129	+16,2
2	Банк ВТБ	13 271	15 965	+2 693	+20,3
3	Газпромбанк	8 976	10 961	+1 985	+22,1
4	Альфа-Банк	4 328	5 938	+1 610	+37,2
5	Россельхозбанк	3 284	3 398	+114	+3,5
6	Московский кредитный банк	2 898	2 987	+89	+3,1
7	Совкомбанк	1 570	1 920	+350	+22,3

8	Национальный клиринговый центр	1 406	1 822	+416	+29,6
9	Банк Открытие	2 232	1 632	- 600	-26,9
10	Банк ДОМ.РФ	1 208	1 628	+421	+34,8

Как видно из таблицы, в феврале 2024 г. лидерами кредитного рынка остаются Сбербанк, ВТБ и Газпромбанк, с большим отрывом от остальных участников Топ-10. А теперь посмотрим, какова была кредитная активность банков, благодаря изменениям, происходившим за 8 месяцев. Оказалось, что самым быстрорастущим портфелем кредитов обладают три банка, но это совсем не те банки-гиганты, которые занимают первые 3 места по объёмам кредитного портфеля.

Так, самую высокую динамику портфеля кредитов продемонстрировал крупнейший в России частный банк Альфа-Банк (+37,2%), за ним стоит совсем молодой банк ДОМ.РФ, специализирующийся на ипотеке (+34,8%), замыкает список лидеров роста – Национальный клиринговый центр (+29,6%). За рассмотренный период Сбербанк увеличил свой кредитный портфель всего лишь на 16,2%, ВТБ – на 20,3%, а Газпромбанк – на 22,1%. Это говорит о том, что на рынке происходит жёсткая конкурентная борьба, наблюдаются перестановки.

Далее рассмотрим, как изменился совокупный кредитный портфель банковского сектора за 2021-2023 гг. Его абсолютные значения продемонстрировали рост – с 71735 млрд руб. в начале 2021 г. до 100285 млрд руб. на начала 2024 г., в относительном выражении он увеличился за 2 года на 39,8%, при этом рост в 2022 г. составил 11,4%, в 2023 г. – 25,5%. Проведённый расчёт говорит о том, что за 2 кризисных года кредитный портфель банковского сектора показал положительную динамику, которая свидетельствует о высокой кредитной активности банков, а также о повышении спроса на кредитные продукты со стороны потребителей – физических и юридических лиц.

Однако необходимо учитывать и то, какой ценой достигалась такая высокая динамика. Возможно, за этот период увеличилась рискованность кредитных вложений и/или снизилась эффективность (прибыльность) кредитных операций. Статистические данные свидетельствуют, что это действительно так. Доля заёмщиков – юридических лиц, имеющих просроченную задолженность, в общем количестве заёмщиков составляла: на 01.01.2021 – 10,5%, а на 01.01.2024 – уже 13,5%, т.е. выросла за два года на 3 процентных пункта, что негативно повлияло на качество портфеля ссуд. В данном случае мы не принимаем во внимание данные о списанной на убытки просроченной задолженности заёмщиков, а убытки банков за исследуемый период были значительными.

К концу 2023 года эксперты финансового рынка выяснили, что ситуация с просроченной задолженностью физических лиц весьма серьезная. Так, по оценкам аналитических центров, около 20% заёмщиков – физических лиц имеют длительную просроченную задолженность (более 90 дней) и им угрожает банкротство. Всего в России 47 млн человек имеют долги перед банками и микрофинансовыми организациями, из них около 10 млн чел. – по характеру задолженности потенциальные банкроты. Термин «закредитованность населения» с 2014 года стал официальным, широко используется Правительством и Центральным Банком. В 2023 году Банк России внёс изменения в нормативные акты, обязав коммерческие банки учитывать предельную долговую нагрузку клиентов – физических лиц, обратившихся в банк или микрофинансовую организацию за кредитами.

Из сказанного следует вывод: кредитный портфель российских банков ухудшает своё качество, и хотя эта оценка приблизительная и усреднённая, так как банки очень разные, но ясно одно – общие тренды на рынке кредитования негативные, и это необходимо учитывать кредитным организациям при разработке своих кредитных политик.

Портфельный подход в управлении капиталом подразумевает разработку стратегии банка, в соответствии с которой банк управляет активами и пассивами, применяя специальные методы. Например, метод группировки кредитных вложений по различным признакам, он помогает сэкономить на затратах при анализе и резервировании рисков невозврата ссуд. Продолжая эту мысль, можно отметить полезность группировки ссуд по отраслевому принципу, т.е. распределив всех заёмщиков по отраслям экономики. Таким образом, мы структурируем кредитный портфель и разбираемся дальше с концентрацией портфеля.

Концентрация кредитного риска – это показатель, который оценивает, насколько велика вероятность воздействия одних и тех же факторов внешней среды на кредитные вложения банка, и соответственно, какова вероятность обесценения портфеля ссуд при данной структуре портфеля – по причине того, что большая часть заёмщиков уязвима к одним и тем же факторам риска, как правило, внешним рискам.

Структура кредитного портфеля является основой для эффективного управления кредитными рисками в банке. Она позволяет банку анализировать и контролировать состояние качества своего портфеля, выявлять проблемных заёмщиков – не в индивидуальном порядке, а в кластерах, и принимать более действенные меры по снижению рисков. Так, кредитный портфель коммерческого банка имеет стандартное деление на субпортфели: розничный портфель (кредиты физическим лицам), корпоративный портфель (кредиты предприятиям и фирмам), межбанковский портфель (кредиты другим банкам). Каждый вид субпортфеля имеет большую специфику в управлении, соответственно, для выполнения цели по

эффективности кредитования банк должен обладать определённым персоналом и технологиями обслуживания клиентов [2].

Коммерческий банк должен регулярно проводить мониторинг и оценку качества своих кредитных операций, выявлять неплатежеспособность или задержки в платежах со стороны клиентов, принимать своевременные меры по их устранению, т.е. обеспечить локализацию рисков, в том числе при помощи резервирования проблемных задолженностей и их мгновенного поглощения.

Согласно нормативному документу Банка России – Положению № 590-П (ранее № 254-П), банки могут формировать портфели однородных ссуд и относить их к определённым категориям качества ссудной задолженности. И это хорошо работает уже на протяжении 20-ти лет и способствует оптимизации кредитного портфеля.

Решения о предпочтительном разделении пассивов банка между разными формами активов, принимаются, исходя не только из рисков, но и учитывая оценку доходности активов и операций. Главный принцип портфельного подхода – обеспечение разнообразия операций и продуктов, присутствие на разных рынках ссудного капитала [4].

Оптимизация портфеля – это процесс выбора оптимального сочетания активов и обязательств в портфеле банка с целью достижения баланса между риском и доходностью. В общем смысле термин «оптимальность» трактуется как наибольшая благоприятность, результативность, эффективность, при заданных условиях и ограничениях.

Педагогическая энциклопедия объясняет термин «оптимальный» следующим образом: это рационально выверенная, научно достоверная и сбалансированная характеристика какого-либо решения, проекта, модели и пр., представляющая наилучший вариант из известных [2].

Следовательно, оптимальным будет считаться такой кредитный портфель банка, в котором аккумулированы и распределены кредитные ресурсы таким образом, что это позволяет сбалансировать по срокам и суммам привлеченные и размещённые средства, и при этом уровень доходности операций является максимально возможным в данных условиях, а степень риска сводится к минимально допустимому уровню [3].

Оптимальность кредитного портфеля банка зависит от нескольких ключевых критериев (условий) [4]:

- *доходность*: кредитный портфель должен обеспечивать достаточную доходность для банка. Банк стремится к максимизации прибыли, предпочитая кредитные продукты с высокой маржинальностью;
- *ликвидность*: банк должен обеспечить достаточный уровень ликвидности кредитного портфеля, т.е. не выдавать только долгосрочные кредиты, а чередовать их со среднесрочными и краткосрочными займами, тогда портфель будет чаще обновляться и процентные риски будут снижаться;

- *эффективное управление рисками*: банк должен иметь надёжную систему управления кредитными рисками, которая позволяет контролировать и снижать различные виды рисков, связанных с кредитным портфелем;

- *диверсификация вложений и рисков*: оптимальный кредитный портфель должен быть диверсифицирован и структурирован по различным сегментам рынка, регионам, типам заёмщиков и целям займов.

Одно из главных мест в оптимизации кредитного портфеля занимает диверсификация. Этот метод является универсальным и пригоден для управления многими другими структурами в банке. Банк в лице своего Кредитного комитета устанавливает жесткие лимиты – общие и персональные, по кредитным операциям и рискам, а дальше менеджеры кредитующего подразделения обеспечивают разнообразие клиентов-операций-продуктов-сроков-ставок, т.е. реализуют диверсификацию кредитного портфеля в детализированном виде.

Отметим ещё один важный момент в управлении кредитным портфелем. Портфель не может и не должен быть постоянным эталоном, его оптимальность может варьироваться, в зависимости от внешних условий и шоков на рынках. Особенно заметно это колебание по соотношению доходности и рискованности кредитного портфеля. В данном соотношении могут ставиться разные акценты, смещаясь то в сторону увеличения прибыли, то в сторону снижения риска.

Таким образом, понятие оптимального кредитного портфеля банка наиболее точно соответствует выбранной кредитной и маркетинговой политике банка, плану стратегического развития [1].

Современные банки часто меняют свои позиции на кредитных рынках, переходя от одной стратегии (концепции) кредитной политики к другой. Например, Альфа-Банк до финансового кризиса 2008-2009 гг. не рассматривал население как аудиторию, достойную внимания, не занимался кредитованием физических лиц, разрабатывая всё новые подходы к кредитованию бизнеса. Но затем Альфа-Банк начал активно формировать свой розничный субпортфель, и сегодня усиленно рекламирует кредитные карты для населения, а также автокредиты.

Ещё один пример. Многие крупные банки встраивают в свои кредитные политики новые кредитные продукты и инструменты, такие как микрозаймы. К этому их подтолкнула конкуренция, а также новые доступные технологии, которые позволяют экономить на издержках.

Итак, управление кредитным портфелем требует от банка постоянного мониторинга, анализа и принятия стратегических решений для обеспечения стабильности и устойчивости финансового положения. Эффективное управление кредитным портфелем банка на основе оптимальности его структуры и качества составляющих, способствует повышению конкурентоспособности на долгосрочную перспективу.

Список литературы

1. Колоскова Н.В., Чистякова О.А. Анализ кредитной политики коммерческих банков, реализуемой на региональных финансовых рынках // Финансы и кредит. – 2020. – Т. 26, вып. 9. – С. 2005-2028.
2. Колоскова Н.В. Современные технологии и инструменты банковского кредитования: учебное пособие. – Новосибирск: АНОО ВО Центросоюза РФ «СибУПК». – 2018. – 156 с.
3. Карнацкая Н.С. Оценка качества кредитного портфеля банка / Н.С. Карнацкая, Е.А. Кричевец // Вектор экономики. – 2023. – № 2(80) – Режим доступа: www.vectoreconomy.ru (дата обращения: 28.04.2024).
4. Кузнецов Д.М. Управление кредитным портфелем банка в условиях современной экономики // Бенефициар. – 2020. – № 72. – С. 3-7.
5. Сайт Аналитического центра «Банки.ру» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.banki.ru/banks/ratings/> (дата обращения: 26.04.2024).

СОЦИАЛЬНЫЙ АСПЕКТ В ИССЛЕДОВАНИИ ПОЛИТИКИ
ФОРМИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Ю.А. Лабудина

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

labudina-ya@ranepa.ru

Гражданская идентичность – актуальная категория в рамках системы публичного управления, условие сохранения социально-политической стабильности, солидарности и единства. Общероссийская гражданская идентичность политически связана с традиционными духовно-нравственными ценностями. Исследование социального аспекта реализации политики идентичности позволяет определить те условия, которые затрудняют процесс укрепления гражданского самосознания, а также задачи развития российского общества, которые наиболее востребованы в текущей социально-политической реальности.

Ключевые слова: гражданская идентичность, единство, солидарность, политика идентичности, общество, индивид, единство, традиционные ценности

Civic identity is an actual category within the framework of the public administration system, a condition for maintaining socio-political stability, solidarity and unity. The all-Russian civic identity is politically connected with traditional spiritual and moral values. The study of the social aspect of the implementation of identity policy makes it possible to identify those conditions that complicate the process of strengthening civic consciousness, as well as those tasks of the development of Russian society that are most in demand in the current socio-political reality.

Keywords: civic identity, unity, solidarity, identity politics, society, individual, unity, traditional values

Концепция гражданской идентичности прочно закрепилась в повестке дня, войдя в перечень приоритетов национального, социально-политического развития. В Российской Федерации она находит свое проявление в последних документах стратегического характера, а государство подчеркивает ее значимость в сохранении стабильности общества, в его консолидации и солидаризации. Социальная природа идентичности отражается на механизме и результатах реализации политики по ее формированию и укреплению. Для сохранения стабильности социально-политической системы, недопущения распространения рисков саморазрушения общества необходимо выявление

актуальных социальных характеристик, которые свойственны гражданской идентичности.

Общероссийская гражданская идентичность представляет собой особый вид самоопределения. Это необходимо связывать как с особым ценностно-идеологическим компонентом, который характеризует сознание россиян, так и с историческими, географическими, национальными и политическими факторами. Для противодействия вызовам современности в виде информационно-психологического влияния, распространения деструктивной идеологии, необходимо формирование в массовом сознании не просто категории принадлежности (так называемой, номинальной идентичности), а целого комплекса эмоциональных, когнитивных и поведенческих установок (реальной идентичности) [2].

Современная модель политики по формированию общероссийской гражданской идентичности может быть обрисована в рамках технологий политического влияния на массовое сознание, которые включают в себя создание символического дизайна идентичности, поддержание исторической памяти, патриотическое воспитание. Данный комплекс направлен на формирование общих ценностей и ориентиров развития политического (национального, территориального) сообщества и групповых солидарностей внутри этого сообщества, поддержания чувства принадлежности к нему [5, с. 452].

Согласно Указу Президента РФ от 9 ноября 2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» основой общероссийской гражданской идентичности признаются традиционные ценности – нравственные ориентиры, формирующие мировоззрение граждан России [1]. Если для государства идентичность становится ресурсом обеспечения политической стабильности, то для членов социальной общности, индивидов, такая идентификация позволяет осуществлять категоризацию и сформировать устойчивое социально-психологическое восприятие себя и своего места в группе, сформировать социальные связи, обеспечивающие безопасность, выстраивать установки относительно прошлого, настоящего и будущего, реализовывать поведенческие паттерны.

Исследования социальной природы гражданской идентичности становятся очень актуальными и разнообразными. В рамках них удается установить некоторые ее социальные характеристики. Так, считается важным отсутствие понимания «патриотизма», как одного из элементов общероссийской идентичности. Не смотря на его понимание через «любовь, уважение к своей стране, гордость за нее» (8 %), «благотворительность, взаимопомощь» (8 %), «сохранение исторической памяти, участие в памятных мероприятиях» (8 %), «нежелание уезжать из России» (8 %), «служба в армии, готовность защищать Родину» (7 %), большинство

затрудняется и не дает ответа на вопрос о проявлениях патриотизма (35 %) [3].

С другой стороны, исследования свидетельствуют о патерналистской модели российской идентичности: для большинства (76 %) важнейшим маркером гражданской идентичности является возможность «пользоваться правами на труд, образование, медицинское и пенсионное обеспечение», в то время как гражданская и социальная активность являются гораздо менее значимыми [4].

Эмпирическая база, собранная в результате проведения опроса населения Новосибирской области, позволяет сделать выводы о факторах формирования и укрепления общегражданской идентичности. Следует отметить, что уровень общегражданской идентичности среди населения Новосибирской области остаётся на достаточно высоком уровне и по состоянию на 2023 г. составляет 80%. При этом на региональном уровне сохраняется и высокий уровень локальной (региональной) идентичности («мы – сибиряки»).

Структура гражданской идентичности выстраивается в рамках социальных характеристик населения. Наиболее высокий и устойчивый уровень идентичности сформирован у населения в возрастной группе 25-29 лет и далее. При этом молодое поколение в возрасте 15-19 лет характеризуется меньшим проявлением гражданской идентичности. Стоит отметить, что в данной возрастной группе идентификация в принципе проявляется слабо, но она наиболее выражена по таким признакам как возраст, вера, национальность, политические взгляды.

Население с высоким уровнем гражданской идентичности, как правило является представителями групп со средним и высоким уровнем дохода. Среди тех, кто относит себя к группе с низким уровнем дохода, 76 % ощущают свою сопричастность с гражданами России нечасто, «иногда».

В общественном сознании гражданская идентичность описывается через маркеры идентичности. Традиционно значимым остается критерий «общее государство» (46%). Значимость такого критерия гражданской идентичности как «родная земля, территория, природа» (67,7%) подтверждает, что население является носителем ярко выраженной локальной идентичности. С другой стороны, подтверждается наблюдаемая во многих исследованиях низкая значимость такого критерия «как ответственность за судьбу страны» (41%). Однако именно он является самым популярным среди тех, кто оценивает максимально высоко значимость ощущения себя гражданином России (59%).

Данные, полученные в ходе исследования, свидетельствуют о том, что в наибольшей степени в обществе беспокойство вызывают: уровень доходов (58,5 %), угроза терроризма и экстремизма и проведение специальной военной операции на Украине (по 46,2%), а также преступность и коррупция (по 41,5%). Однако мнения не однородны. Те, кто ощущает высокую

значимость своей гражданской идентичности, наиболее острыми проблемами называют: угрозу терроризма и экстремизма, отношения между местными жителями и мигрантами, разобщенность и разрозненность россиян. Для тех, у кого значимость гражданской идентичности отмечается на низком уровне, основными проблемами являются: межнациональные и межрелигиозные отношения, уровень медицинского обслуживания и потеря занятости. Однако та доля респондентов, которые не являются носителями ярко выраженной гражданской идентичности, а скорее обладают ей на среднем уровне, уже более склонны к беспокойству о проблемах личного характера, которые связаны с уровнем дохода, качеством жизни, личной безопасностью.

В ходе исследования был также сделан акцент на отношении граждан к текущей социально-политической обстановке, к курсу публичного управления. При ответе на вопрос «Как Вы считаете, что в настоящее время характерно для российского общества?», респондентами наиболее часто указывались: патриотичность (46 %), взаимопомощь и бескорыстность (34%), традиционность (28%). Отмечается и высокий уровень отстраненности (25%). В целом же наблюдается склонность к положительным оценкам современного российского общества. Состояние гражданской сплоченности более трети оценивают следующей фразой: «уровень консолидации есть, но проявляется очень редко и не в повседневной жизни». Это же объясняется тем, что когда респонденты вспоминают последние события, которые наиболее сильно позволили ощутить свою связь с государством и россиянами, указываются те, что носят, как правило, «негативный» контекст: каждый третий указывает Специальную военную операцию на Украине, а также теракт в «Крокусе», наводнения в регионах; лишь один из десяти называет в качестве таких событий выборы Президента РФ, праздники и подготовку к 9 мая. Таким образом, гражданская идентичность россиян в большей степени проявляется при развитии тех или иных угроз, нестабильности обстановки. Данный факт не стоит рассматривать с отрицательной точки зрения, однако следует понимать и учитывать при прогнозировании, планировании развития социально-политических процессов.

Рассматривая отношение общества к политике государства по сохранению традиционных ценностей, гражданского единства, большинство дает данному направлению публичного управления положительную оценку. Однако имеется некая неоднородность в оценках (Рисунок 1).

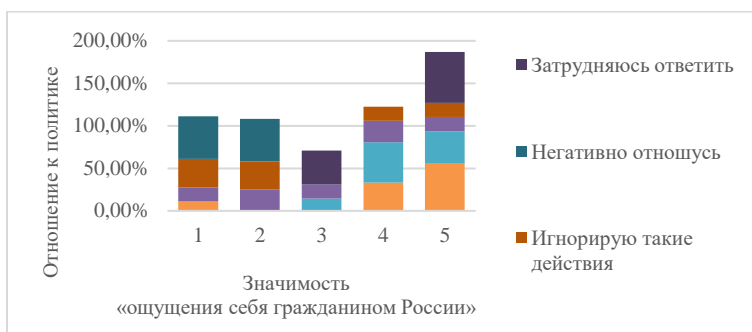


Рисунок 1 – Оценка политики государства по продвижению идеи гражданского единства в зависимости от индивидуальной значимости «ощущения себя гражданином России»

Чем более значима для индивида гражданская идентичность, тем более заинтересованно и положительно он относится к политике по ее формированию и укреплению.

Для успешного развития российского общества по мнению респондентов важными становятся такие качества, как взаимопомощь и бескорыстность (55%), честность и справедливость (52%). При этом повышается спрос на высокую культуру (45%), интеллигентность и образованность (41,5%). Однако, если те, кто характеризуется высоким уровнем гражданского самосознания, убеждены в необходимости развития патриотизма и традиционности, то противоположная группа отстаивает развитие индивидуализма, а также активности и ответственности. В данном ключе, считаем необходимым ориентироваться не на полярно настроенные настроения, а сохранять баланс, создавая условия для развития социально одобряемого образа общества: честного, готового к взаимопомощи, но при этом с высоким уровнем образованности, нравственного воспитания.

Основными угрозами развития российского общества становятся: низкий уровень качества жизни, а также низкое качество на всех уровнях образования. Для благоприятного развития российского общества необходимым считается принятие действий в рамках повышения уровня жизни и благополучия, улучшение отношений общества и власти, а также воспитание молодого поколения в духе патриотизма и ответственности. Именно эти направления отмечает большинство, считая их важнейшими направлениями государственной политики.

Если исследовать политику государства по формированию гражданской идентичности, по сохранению традиционных ценностей с точки зрения социального аспекта, можно обнаружить важнейшие факторы для развития общества, государства. Проводимые исследования, с учетом применения теорий идентичности, позволяют обрисовать социальные рамки

общероссийской гражданской идентичности. Помимо того, что она является достаточно значимой компонентой самосознания, носит патерналистский характер, имеет различия среди социальных групп в зависимости от уровня дохода, возраста, образования, было установлено и то, что она очень сильно ориентирована на факторы внешней среды.

Современное гражданское самосознание характеризуется пониманием значимости традиционных ценностей для развития российского общества. Патриотизм, традиционность – прочно входят в сознание индивидов с высокой гражданской идентичностью. Однако большинство сохраняет нейтральную позицию, не выражая свою гражданственность ярко. Социальные настроения данной категории должны быть учтены при реализации политического вектора. В данном ключе стоит говорить о необходимости включения в политику идентичности не только концепта патриотизма, но и направлений по повышению уровня жизни, совершенствованию систем образования и воспитания, как основ становления личности. Эти условия должны обеспечить не просто комфортные условия проживания, но сформировать благоприятные взаимоотношения в системе государство-общество – основу социально-политической стабильности, солидарности и единства.

Список литературы

1. Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей: Указ Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809.
2. Дробижева Л.М. Динамика гражданской идентичности и ее ресурс в позитивных интеграционных процессах российского общества // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – 2017. – № 4. – С. 7–22.
3. Критерии патриотизма. Надо ли быть патриотом? Что для этого нужно? [Электронный ресурс] // Фонд Общественное Мнение. – 2020. – Режим доступа: <https://fom.ru/TSennosti/14446> (дата обращения: 08.05.2023).
4. Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ-ВШЭ [Электронный ресурс] // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики. – 1993-2023. – Режим доступа: <https://www.hse.ru/rf/ms/spss> (дата обращения: 08.05.2023).
5. Современная политическая наука: Методология: Научное издание / Отв. ред. О. В. Гаман-Голутвина, А. И. Никитин. — 2-е изд., испр. и доп.— М.: Издательство «Аспект Пресс». – 2019. – 773 с.

ТРУДОУСТРОЙСТВО ВЫПУСКНИКОВ-СОЦИОЛОГОВ: ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ

А.В. Ветрова, А.И. Кормильцева, К.А. Саплакчян, К.В. Харина
Новосибирский государственный университет
экономики и управления «НИНХ»
alexVetrova@yandex.ru

Исследование направлено на анализ особенностей и проблем трудоустройства выпускников социологов. Основное внимание уделено изучению спроса на специалистов-социологов на рынке труда, определению требуемых компетенций и навыков для успешного трудоустройства. Социологическое исследование было проведено на основе анкетного опроса, интервью с тремя выпускниками НГУЭУ и контент-анализа. Выявлены такие проблемы как, трудоустройство не по специальности, недостаточность практических навыков, полученных в процессе обучения, а также незаинтересованность выпускников в использовании программ и проектов университета для поддержки трудоустройства.

Ключевые слова: трудоустройство выпускников, социологи, рынок труда, компетенции, практические навыки, карьерный рост

The research is aimed at analyzing the features and problems of employment of graduates of sociologists. The main attention is paid to studying the demand for sociologists in the labor market, determining the required competencies and skills for successful employment. The sociological research was conducted on the basis of a questionnaire survey, interviews with three graduates of NGUEA and content analysis. Problems such as employment outside the specialty, the lack of practical skills acquired in the learning process, as well as the disinterest of graduates in using university programs and projects to support employment have been identified.

Keywords: graduate employment, sociologists, labor market, competencies, practical skills, career growth

В современном быстроразвивающемся мире у человека появляется необходимость регулярно повышать уровень своих профессиональных компетенций для того, чтобы оставаться востребованным в своей профессии и на рынке труда. Наиболее подверженной влиянию данных изменений считается социальная группа, состоящая из студентов выпускных курсов и выпускников-социологов.

Данная тема является актуальной, так как трудоустройство является важным жизненным этапом в жизни любого человека. Построение карьеры студенческой молодежью напрямую связано с приобретением, развитием и обновлением различных навыков, умений и компетенций, необходимых для формирования «карьерного пути». Именно поэтому необходимо исследовать

те принципы, которыми руководствуются выпускники в процессе обучения и трудоустройства, а также выявить общие проблемы, с которыми сталкивается большинство выпускников-социологов [4, с. 478].

С одной стороны, выпускники вузов ориентированы на поиск достойной работы, соответствующей их ожиданиям и личностным интересам. Они обладают специализированными знаниями и навыками в своей области, чтобы быть конкурентоспособными на рынке труда. Однако существует ряд проблем, которые мешают успешному трудоустройству выпускников вузов. Молодые люди сталкиваются с трудностями, связанными с высоким уровнем конкуренции со стороны других более опытных и квалифицированных кандидатов, нехваткой вакансий в своей профессиональной сфере, а также недостатком практического опыта и навыков. Цель исследования: изучить особенности и проблемы трудоустройства выпускников кафедры социологии НГУЭУ.

Для того чтобы изучить особенности и проблемы трудоустройства выпускников НГУЭУ было проведено социологическое исследование с использованием методов анкетного опроса, интервью с выпускниками НГУЭУ и контент-анализа данных на платформе по поиску работы HH.ru. Исследование было направлено на изучение специфики трудоустройства выпускников социологов НГУЭУ.

В исследовании приняли участие 51 выпускник университета, среди которых 56,8% респондентов окончили вуз (бакалавриат) в 2023 году, а 43,14% опрошенных получили диплом бакалавра в 2022 году. Стоит отметить, что в основном выпускники, это девушки (94,11%), а также молодые люди в возрасте от 21-24 лет (92,16%), при этом лишь 7,84% респондентов являются представителями возрастной категории 25-28 лет. По данным исследования большая часть опрошенных выпускников трудоустроены - 94,12%, лишь 5,88 % респондентов в данный момент находятся в поиске работы.

Рассматривая вопрос о важности академических достижений в процессе трудоустройства выпускников-социологов, был сделан следующий вывод — наличие высокой успеваемости и отличных оценок в дипломе не является первостепенным показателем для работодателя. Превалирующее большинство респондентов ответило, что при трудоустройстве работодатель не обращал внимания ни на оценки в дипломе (80,7%), ни на наличие научных публикаций (93,8%).

Оценивая практический опыт выпускников-социологов и их возможности трудоустройства, было отмечено, что в большинстве случаев работодатель учитывает личностные качества (66,7%), затем почти равное количество отметили такие критерии, как «уровень теоретических знаний» и «опыт работы» (47,9% и 45,8% соответственно). Следовательно, полученный опыт работы является одним из главных факторов при выборе кандидатов. Однако абсолютное большинство работающих выпускников (81,3%) не проходили

стажировку в компаниях в процессе обучения в ВУЗе. Это связано с тем, что большая часть респондентов трудоустроены не по специальности (60,4%), при этом работали ещё во время учебы и тем самым получали практический опыт 45,8% опрошенных.

В ходе проведения интервью с несколькими выпускникам были выявлены самые основные проблемы, с которыми сталкиваются социологи в процессе их трудоустройства. Так Анастасия К. сказала, что это «...учебная загруженность, которая тяжело совмещается с работой по специальности, студенты обычно идут на те работы, где мало платят, там, где не нужен как таковой опыт работы, а потом набираются опыта и устраиваются в хорошие места». Анастасия И. также подтвердила, что «...многие идут работать не по профилю, ну и отсутствие опыта играет большую роль». Дарья Д. обратила внимание на то, что «Самое сложное при первоначальном трудоустройстве после вуза – это найти ту деятельность, которая бы приносила бы удовольствие и нравилась тебе».

Стоит отметить, что ни один из респондентов не отметил высокую конкуренцию на рынке труда, как актуальную проблему при поиске работы.

Для сравнения и проверки полученных результатов, нами было изучено исследование, проведенное Н.В. Проказиной в 2020 году. На основе полученных данных был сделан вывод о том, что основными сложностями в процессе трудоустройства выпускников-социологов является большое количество профилей подготовки, реализуемых порой не только на социологических факультетах и кафедрах, но и на отдаленных от социологии. Это провоцирует путаницу в процессе профессиональной идентификации выпускников-социологов — становлении социолога как универсального или же многопрофильного специалиста. Усиливает данный эффект отсутствие профессионального стандарта социолога, на который могли бы опираться ВУЗы при создании образовательных программ для направления подготовки «Социология» [3, с. 58-59].

Данные, полученные благодаря контент-анализу вакансий и резюме социологов, на основании данных платформы по поиску работы и сотрудников HH.ru, говорят о следующем — количество резюме как в Новосибирске, так и в других регионах России превышает во много раз количество вакансий на 11.11.2023г., что показывает высокую конкуренцию среди кандидатов, имеющие ключевой навык SPSS.

Несмотря на данные контент-анализа, все указывает на то, что выпускники социологи редко сталкиваются с высокой конкуренцией. Высокая конкуренция – редкое явление для выпускников социологов и в большей степени это связано с выбором профессии не по специальности.

На вопрос «Какие программы и проекты существуют для поддержки трудоустройства выпускников вузов?» информанты дали следующие ответы: Анастасия К. – «Такие программы есть, но насколько они эффективны, я, к сожалению, не могу сказать, потому что у меня нет ни знакомых, ни личного

опыта, когда такая программа или проект действительно помог как-то»; Анастасия И. – «Не знаю»; Дарья Д. - «Не интересовалась этим, поэтому не в курсе».

Сопоставив результаты опроса и ответы информантов, можно сделать вывод о том, что респонденты недостаточно осведомлены о мерах поддержки вуза при трудоустройстве, но в то же время большинство выпускников отметили важность и необходимость поддержки университета при трудоустройстве, а также указали наиболее приоритетные направления помощи университета для выпускников при поиске работы.

Для подтверждения важности поддержки со стороны ВУЗа студентов-выпускников обратимся к исследованию С.С. Донецкой и С.В. Довгаль, которые отмечают, что на базе НГУ в нескольких формах осуществляется сотрудничество с работодателями, которое положительно сказывается на трудоустройстве выпускников. Во-первых, сотрудники научных организаций привлекаются к преподавательской деятельности, что позволяет студентам университета участвовать в научных исследованиях и публиковать свои работы. Во-вторых, проводятся круглые столы, встречи, семинары, где обсуждаются требования работодателей к подготовке специалистов и разрабатываются новые учебные курсы. Наконец, организуются мероприятия, направленные на трудоустройство и адаптацию студентов и выпускников на рынке труда. Все это способствует успешному взаимодействию с работодателями и повышает карьерные возможности студентов [1, с.95].

На основе проведенного исследования был сделан вывод о том, что при трудоустройстве выпускники сталкиваются с рядом особенностей и проблем:

1. Большинство выпускников-социологов (60%) не работают по своей специальности по следующим причинам: «изначально не планировал работать по специальности», «не смог найти работу по специальности» (33%), «нашел более высокооплачиваемую и интересную работу» (30% и 26% соответственно).

2. Количество практических навыков, полученных в процессе обучения, оказалось недостаточно для большинства респондентов (56,1%). Низкий уровень практики и отсутствие стажировки в области социологии во время учебного процесса (81,3%) отрицательно влияет на трудоустройство, поскольку работодатель, в первую очередь, учитывает такие критерии, как «личностные качества» (66,7%), «уровень практических навыков (47,9%) и «опыт работы» (45,8%). Однако, многие уже совмещали учебу и работу, получая практические навыки в других областях.

3. Выпускники в интервью отметили, что не интересовались программами и проектами для поддержки трудоустройства выпускников НГУЭУ, поэтому не могут оценить их эффективность. Однако, при опросе большинство отметили, что нужна помощь вуза при трудоустройстве (66,7%).

Исходя из выявленных проблем, можно дать следующие рекомендации:

1. Важно активизировать партнерство с компаниями для создания программ стажировок и практик, предоставляющих студентам социологии реальный опыт в этой сфере. Это поможет увеличить уровень практических навыков.

2. Необходимо добавить в учебную программу больше практических заданий для развития навыков, которые могут непосредственно пригодиться в работе.

3. Популяризация и реклама программ и проектов НГУЭУ и других городских и региональных структур, направленных на помощь выпускникам при трудоустройстве, должна быть более активной. Проведение информационных сессий, рассказывающих о возможностях и ресурсах, доступных для поддержки в трудоустройстве, может увеличить их эффективность.

4. Предоставление консультаций выпускникам по составлению резюме, подготовке к интервью и советы по поиску работы помогут устранить проблемы, связанные с недостатком опыта и знаний при трудоустройстве.

В процессе интервью выпускники посоветовали будущим социологам выбирать для работы то место, которое будет связано с интересами и увлечениями, так как место по душе точно найдется.

Список литературы

1. Донецкая С. С., Довгаль С. В. Продвижение выпускников на рынке труда и отслеживание их трудоустройства: опыт университета // Высшее образование в России. – 2018. – С. 93-100.
2. Леонидова Г. В., Риски и возможности трудоустройства не по специальности (на материалах регионального мониторинга) // Проблемы развития территории. – 2023. – С. 62-78.
3. Проказина Н. В. Социологическое образование в современной России: новые вызовы и перспективы // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. – 2020. – С. 51-61.
4. Черноскутов В. Е., Актуальные проблемы трудоустройства студентов и выпускников вузов // Развитие территорий. – 2015. – С. 473-480.

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА КОМПАНИЙ
В ОТРАСЛИ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ КАК ИНДИКАТОР
ИХ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ

А.Д. Борисюк, Д.А. Болюбыш, С.А. Дудин

Новосибирский государственный университет экономики и управления
daryab542@gmail.com

Рентабельность в наиболее общем виде характеризует эффективность осуществляемой компанией деятельности. Инвестиционная привлекательность компаний может быть оценена через расчет рентабельности собственного капитала. Именно этот показатель характеризует грамотность и эффективность использования компанией вложенных средств и помогает оценить отдачу от инвестиций. Отрасль телекоммуникаций в России развивается быстрыми темпами, появляется все больше новых направлений бизнеса в сфере информационных технологий, что определяет актуальность и новизну исследования.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, отрасль телекоммуникаций, рентабельность собственного капитала, модель Дюпона

Profitability in the most general form characterizes the efficiency of the company's activities. The investment appeal of companies can be assessed by calculating return on equity. It is the indicator that determines the competence and the efficiency of the company's use of invested funds and helps to evaluate the return on investment. The telecommunications industry in Russia is developing at high paste, more new business areas are emerging in the field of information technology, which determines the relevance and novelty of the study.

Key words: investment appeal, telecommunications industry, return on equity, DuPont model

Рентабельность собственного капитала (Return on Equity – ROE) – один из важнейших индикаторов потенциального роста и развития фирмы. Актуальность исследования состоит в том, что рентабельность собственного капитала является одним из наиболее важных показателей, определяющих инвестиционную привлекательность компании для собственников капитала. Ведь она определяется уровнем дохода, который инвесторы могут получить на вложенные средства. ROE характеризует способность собственного капитала компании генерировать прибыль, необходимую для ее экономического роста и развития, а также увеличения благосостояния ее

владельцев [1]. Иными словами, ROE показывает, сколько рублей прибыли приносит каждый рубль, вложенный в собственный капитал. Объект исследования – отрасль телекоммуникаций. Предмет исследования – анализ инвестиционной привлекательности компаний вышеупомянутой отрасли через расчет ROE.

Область применения полученных результатов определяется тем фактом, что показатель ROE интересен для различных групп стейкхолдеров в практической деятельности. Так, поставщики капитала, а именно акционеры, инвесторы, кредиторы или государство (в аспекте предоставления субсидий), могут оценить, насколько грамотно менеджмент использует вложенные в компанию денежные средства и сделать вывод о целесообразности осуществления в нее инвестиций. Показатель в данном случае принято сравнивать с альтернативным вариантом вложения денежных средств, например, доходностью по банковскому вкладу или же ROE других компаний.

Показатель рентабельности собственного капитала сложен для анализа тем, что зависит от множества факторов:

- финансовых результатов деятельности (определяются размером выручки, тенденциями спроса и эффективностью маркетинговой стратегии, себестоимостью (которая в свою очередь зависит от цен на ресурсы, курса валют, уровня инфляции), размером процентов к уплате, который определяется в том числе и ключевой ставкой);
- ресурсов компании (структура активов и их размер);
- структуры капитала (определяется политикой финансирования, размером собственного капитала, который зависит в том числе от дивидендной политики).

В условиях экономической нестабильности целесообразно сравнивать значения показателя рентабельности собственного капитала компании со значениями ее конкурентов, чтобы определить, насколько эффективно компания способна справляться с воздействиями внешней среды по сравнению с другими компаниями отрасли. В ходе работы была оценена инвестиционная привлекательность российских компаний в сфере телекоммуникаций (ОКВЭД 61) с помощью показателя рентабельности собственного капитала в период с 2021 по 2023 годы.

В настоящее время российские операторы связи показывают высокую способность генерировать денежный поток: выручка и чистая прибыль растут как за счет увеличения объема предоставляемых услуг, так и за счет развития новых сегментов бизнеса. Гипотеза исследования: компании отрасли имеют высокую инвестиционную привлекательность, так как услуги рынка телекоммуникаций пользуются высоким спросом, отрасль активно развивается и обладает потенциалом роста в будущем.

Важно отметить, что российский рынок услуг в сфере телекоммуникаций – олигополистический. Наибольшая его доля принадлежит четырем крупным

операторам связи: ПАО «Мегафон», ПАО «МТС», ПАО «ВымпелКом» (бренд «Билайн») и ООО «Т2 Мобайл» (бренд «Теле2», дочерняя организация «Ростелекома» с 2020 года).

Для расчета среднеотраслевого значения ROE была сформирована выборка из действующих компаний с основным видом деятельности в сфере телекоммуникаций в период с 2021 по 2023 год [3] (таблица 1).

Таблица 1 – Расчет среднего значения ROE в отрасли телекоммуникаций в 2021-2023 гг.

Показатель	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Количество компаний в выборке	2560	2521	2490
Среднее значение ROE, %	48,22	43,10	41,02

Отметим, что рентабельность предполагает наличие отдачи от инвестиций, поэтому расчет показателя для компаний, чья деятельность не приносила прибыли (нулевая прибыль или убыток) или же тех, которые имели дефицит собственного капитала, нецелесообразен (исключены из выборки). Также оказались убраны компании с минимальными и максимальными значениями ROE для получения наиболее достоверных средних результатов. Так, в период с 2021 по 2023 наблюдалась тенденция к снижению показателя рентабельности собственного капитала компаний исследуемой отрасли, то есть каждый рубль инвестированный в собственный капитал компаний приносил все меньше чистой прибыли (в 2022 году эффект был на 5 коп. меньше, чем в 2021; в 2023 – на 2 коп. по сравнению с 2022 годом).

Далее перейдем к анализу ROE четырех компаний-лидеров рынка телекоммуникаций (крупнейшие операторы связи) по модели Дюпона. Модель представлена пятью факторами: ТВ – налоговое бремя, ИВ – процентное бремя, ROS – рентабельность продаж, АТО – оборачиваемость активов, FLEV – финансовый рычаг (таблица 2).

Согласно расчетам, ПАО «Мегафон» в 2021 году занимало третье место среди крупнейших операторов связи по уровню рентабельности собственного капитала, уступая «МТС» и «Т2 Мобайл» (график 1). При этом все крупнейшие компании отрасли, кроме «ВымпелКом», имели рентабельность собственного капитала выше среднеотраслевого.

В 2022 году только один из крупнейших операторов связи имел показатель ROE выше среднего (ООО «Т2 Мобайл»). Так, в 2022-2023 гг. ООО «Т2 Мобайл» занимало лидирующие позиции по рентабельности собственного капитала, демонстрируя в 2023 году особенно высокий показатель – 174,92%.

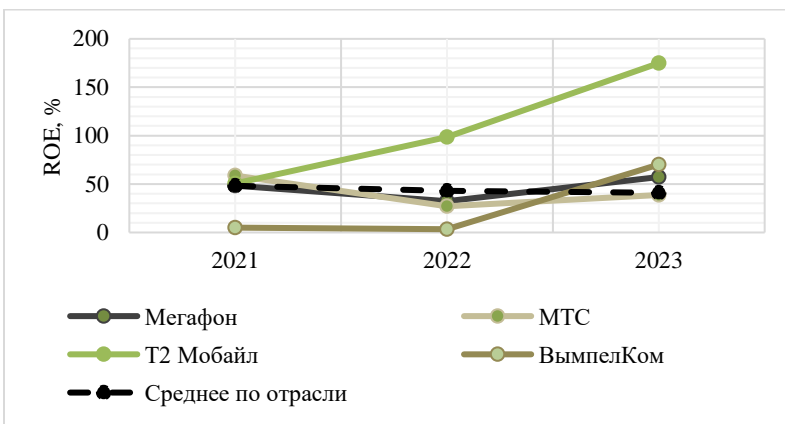


Рисунок 1 – Динамика показателей рентабельности собственного капитала крупнейших компаний отрасли телекоммуникаций за 2021-2023 гг. [3]

Заметим, что в 2022 году в связи с внешними факторами (санкции, закрытие границ и другие экономические и политические последствия начала специальной военной операции в 2022 году) произошло падение рентабельности собственного капитала как по отрасли, так и у четверки крупнейших операторов связи (кроме ООО «Т2 Мобайл», которое демонстрировало стабильный рост показателя). Произошло это под влиянием роста процентного бремени (увеличение процентов к уплате вследствие активного привлечения краткосрочного заемного капитала для преодоления негативных фактов внешней среды в условиях повышения ключевой ставки в 2022 году до 17-20% [2]).

Отметим, что сильный скачок в значениях рентабельности собственного капитала у компаний –лидеров отрасли произошел в 2023 году (все за исключением «МТС» обладали ROE выше среднего). В целом, в 2023 по четырем рассматриваемым компаниям наблюдалась тенденция к росту ROE преимущественно (кроме «Мегафон») за счет сокращения процентного бремени, увеличения рентабельности продаж и оборачиваемости активов. При этом у компании «Мегафон» рост произошел за счет значительного увеличения размера заемного капитала (повышение финансового левериджа). У остальных компаний четверки значения данного фактора тоже значительны, однако рост ROE происходил в основном за счет других факторов. Повышение рентабельности продаж и оборачиваемости активов свидетельствует о реальном увеличении эффективности основной деятельности компаний и, как следствие, росте рентабельности собственного капитала, что повышает инвестиционную привлекательность. Увеличение же

финансового рычага повышает финансовые риски компании и может насторожить потенциальных инвесторов и кредиторов.

Компания «ВымпелКом» на протяжении 2021-2022 гг. занимала отстающие позиции по значению рентабельности собственного капитала. При этом в 2023 данная компания продемонстрировала рост показателя с 3,38% до 70,19%. Однако для «ВымпелКом» это произошло в большей степени под влиянием роста прибыли от налогообложения после получения дохода от участия в других организациях (дивидендов), а не за счет значительного повышения эффективности основной деятельности.

Так, в 2023 году «Мегафон» и другие компании отрасли подняли значение показателя рентабельности собственного капитала: «Мегафон» и «Т2 Мобайл» даже удалось превысить показатели 2021 года. Компании отрасли предоставления услуг мобильной связи в целом смогли справиться с вызовами, возникшими из-за сложностей с поставками зарубежного оборудования, материалов и других санкционных ограничений. Организации решили свои проблемы как за счет диверсификации и поиска новых поставщиков, так и путем создания собственных ИТ-решений.

Таким образом, инвестиционная привлекательность компаний может быть оценена через расчет ROE. Именно рентабельность собственного капитала показывает, насколько грамотно и эффективно компания использует вложенные средства и помогает оценить отдачу от инвестиций. Причем потенциальным инвесторам важно рассматривать и факторы, формирующие показатель. По отрасли телекоммуникаций, несмотря на стабильно достаточно высокие показатели, наблюдалось сокращение ROE в 2023 году, что свидетельствует о постепенном снижении инвестиционной привлекательности данной сферы деятельности (каждый вложенный рубль приносит меньше копеек чистой прибыли). При этом в 2023 году по сравнению с 2021-2022 отмечалась позитивная тенденция в изменении значения рентабельности собственного капитала четырех крупнейших компаний отрасли (причем в большинстве компаний этот рост происходил за счет увеличения эффективности и интенсивности операционной деятельности).

Таблица 2 – Расчет ROE крупнейших компаний отрасли по модели Дюпона в 2021-2023 гг.

Компания	Название фактора модели	2021	2022	2023	Изменение ROE за счет факторов	
					2022	2023
ПАО «Мегафон»	TB	1,00	0,90	0,78	-0,05	-0,04
	IB	3,11	0,64	0,53	-0,35	-0,05
	ROS	0,09	0,23	0,26	0,15	0,03
	ATO	0,52	0,53	0,56	0,00	0,02

	FLEV	3,39	4,56	9,43	0,08	0,30
	ROE	0,48	0,32	0,57	-0,16	0,25
ПАО «МТС»	TB	0,83	0,81	0,85	-0,01	0,01
	IB	0,76	0,42	0,53	-0,26	0,07
	ROS	0,25	0,23	0,20	-0,02	-0,05
	ATO	0,42	0,40	0,51	-0,01	0,09
	FLEV	8,79	8,47	8,32	-0,01	-0,01
	ROE	0,59	0,27	0,39	-0,32	0,12
ПАО «ВымпелКом»	TB	0,76	1,06	1,03	0,02	0,00
	IB	0,16	0,04	0,94	-0,05	0,73
	ROS	0,09	0,14	0,16	0,01	0,13
	ATO	0,65	0,64	0,61	0,00	-0,04
	FLEV	7,37	9,09	7,48	0,01	-0,15
	ROE	0,05	0,03	0,70	-0,02	0,67
ООО «Т2 Мобайл»	TB	0,77	0,80	0,79	0,02	-0,01
	IB	0,63	0,68	0,85	0,04	0,25
	ROS	0,18	0,22	0,27	0,12	0,23
	ATO	0,82	0,84	0,98	0,02	0,24
	FLEV	6,88	9,58	9,92	0,28	0,06
	ROE	0,51	0,99	1,75	0,48	0,76

Так, собственный капитал крупнейших компаний-операторов сотовой связи по отрасли в 2023 стал генерировать больше прибыли своим владельцам по сравнению с 2021-2022 годами. Несмотря на то, что по отрасли наблюдалась тенденция к уменьшению показателя.

Список литературы

1. Дудин С.А., Червяков Н.Э. Влияние достоверности финансовой отчетности на рентабельность собственного капитала//Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2022. – № 7-1. – С. 61-66.
2. Ключевая ставка Банка России и инфляция/Банк России. – Режим доступа: https://cbr.ru/hd_base/KeyRate/ (дата обращения: 18.04.2024).
3. Система комплексного раскрытия информации об эмитентах и профессиональных участниках фондового рынка (СКРИН) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kontragent.skrin.ru/> (дата обращения: 27.04.2024).

СЕКЦИЯ

ФИНАНСЫ И КРЕДИТ: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ФИНАНСОВ

ВОЗДЕЙСТВИЕ САНКЦИОННЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ НА БАНКОСКИЙ СЕКТОР И ОРГАНИЗАЦИЮ МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Е.А. Григорьева
Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
katherine.Grigoreva.nsk@gmail.com

Новосибирская область принимает активное участие в установлении сотрудничества с иностранными государствами. Однако введённые против России санкции отразились на всех сферах жизни общества, в том числе став сдерживающим фактором реализации международного сотрудничества как отдельными регионами России, так и страной в целом. Финансовая стабильность и устойчивость банковской системы являются важными факторами для привлечения иностранных инвестиций и развития международной торговли, так как состояние финансовой системы отражает уровень развития экономики и её привлекательность для иностранных инвесторов.

Ключевые слова: банковский сектор, ПАО «Сбербанк», ПАО «Банк ВТБ», санкции, Новосибирск, международное сотрудничество

Abstract: Novosibirsk Region takes an active part in establishing cooperation with foreign countries. However, the sanctions imposed against Russia have affected all spheres of society, including becoming a deterrent to the implementation of international cooperation both by individual regions of Russia and the country as a whole. Financial stability and the stability of the banking system are important factors for attracting foreign investment and developing international trade, as the state of the financial system reflects the level of economic development and its attractiveness to foreign investors.

Keywords: banking sector, Sberbank PJSC, VTB Bank PJSC, sanctions, Novosibirsk, international cooperation

Экономика России испытывает санкционное давление со стороны иностранных государств, которое оказывает влияние на все сферы деятельности жителей страны. Санкции представляют собой инструмент политического и экономического давления одних государств на другие. Санкции вводятся с целью повлиять на внешнюю и внутреннюю политику

страны-объекта санкций, заставить ее изменить определенные действия или решения. С февраля 2022 года против России было введено 16 203 санкции. В том числе введение санкций против Российской Федерации оказало значительное влияние на различные секторы экономики, включая банковскую отрасль [1].

Новосибирская область играет важную роль не только в процессе развития Сибири, но и организации международного сотрудничества. Через территорию области проходят важнейшие железнодорожные и автомобильные магистрали, соединяющие европейскую часть России с Сибирью, Дальним Востоком, что делает Новосибирскую область крупным транспортно-логистическим узлом.

Совершенствование финансовой инфраструктуры, программ кредитования в рамках осуществления экспорта и импорта, проведение мероприятий по привлечению иностранных инвестиций, осуществления валютного контроля способствует налаживанию новых международных связей, проведению новых экономических сделок. На сегодняшний день налаживание дружественных отношений со странами БРИКС, АТР, Африки и Латинской Америки, участниками СНГ в рамках Евразийского экономического союза является одной из приоритетных задач в процессе развития региона. На сегодняшний день подписано 18 Соглашений, подтверждающих сотрудничество иностранных государств, в числе которых Китай, Беларусь, Корея, Испания, и Новосибирской области. Из этого следует потребность в функционировании развитого банковского сектора для организации международного сотрудничества России с дружественными странами [2].

Согласно данным общего рейтинга банков Новосибирска на первом и втором местах находятся банки ПАО «Сбербанк» и ПАО «Банк ВТБ». В рейтинге банков НСО по выданным кредитам и вкладам лидирующие позиции занимают те же два банка, поэтому они были выбраны для проведения исследования.

В феврале 2022 года деятельность ПАО «Сбербанк» и ПАО «Банк ВТБ» была ограничена санкциями. В настоящее время в Новосибирской области работает 22 отделений банка ПАО «Банк ВТБ» и 75 отделений ПАО «Сбербанк» [3,4].

Для анализа результатов экономической деятельности банков изучим показатели банков ПАО «Сбербанк» и ПАО «Банк ВТБ».

По сравнению с 2021 годом размер чистой прибыли после введения в 2022 году санкций резко уменьшился в ПАО «Сбербанк» на 958 300 000 руб., в ПАО «Банк ВТБ» почти на 1 млрд руб. Помимо этого наблюдается резкое уменьшение показателей рентабельности ROA и ROE. Показатели рентабельности показывают, насколько эффективно компания использует свои активы для получения прибыли. При этом ROE измеряет эффективность, с которой компания получает прибыль от инвестированного

в неё собственного капитала акционеров, в то время как при расчёте ROA учитывается как собственный, так и заёмный капитал. Падение значений показателей рентабельности говорит о снижении размера чистой прибыли, полученной компанией от использования своих инвестиционных средств (Таблицы 1,2).

Значение коэффициента P/E (Price/Earnings) показывает, сколько инвесторы готовы заплатить за одну единицу прибыли компании. Более высокое значение P/E обычно означает, что инвесторы ожидают более высоких темпов роста прибыли в будущем. В 2022 году значение P/E у ПАО «Сбербанк» увеличилось, что говорит о готовности инвесторов покупать результаты её деятельности: в этот период времени ПАО «Сбербанк» продал активы своей экосистемы «Сбер», такие как Okko, «Звук», ЦРТ, «Эвотор» и SberCloud. Благодаря этому значение мультипликатора L/A, характеризующее общий размер задолженности компании, не изменился.

Уменьшение значений мультипликаторов P/E в ПАО «Банк ВТБ» сигнализирует о снижении размера прибыли и росте расходов, что в свою очередь приводит к снижению привлекательности компании для инвестирования в неё и уменьшению P/S [5].

Таблица 1 – Изменение финансовых показателей ПАО «Сбербанк» 2019-2023 гг. (составлена автором на основе данных источника [6])

	2019	2020	2021	2022	2023
ROA, %	2,8	2,1	3	0,7	2,9
ROE, %	18,8	15,1	22,4	5,1	23
P/E	6,5	7,7	5,3	10,8	4
P/S	2,6	2,4	2,4	1,1	1,7
L/A, %	85	86	86,4	86,2	87,4
Чистая прибыль, т.р.	844 900	761 100	1 250 700	292 400	1 511 800

Таблица 2 – Изменение финансовых показателей ПАО «Банк ВТБ» 2019-2023 гг. (составлена автором на основе данных источника [7])

	2019	2020	2021	2022	2023
ROA, %	1,3	0,44	1,6	-2,8	1,4
ROE, %	12,2	4,7	14,6	-45,8	19,4
P/E	2,9	6,1	1,9	-0,32	0,7
P/S	0,88	0,63	0,69	0,47	0,3
L/A, %	89,3	90,5	89,3	94	92,6
Чистая прибыль, т.р.	202 000	80 600	325 300	-674 400	420 600

Снижение экономической эффективности крупнейших банков России приводит к снижению заинтересованности иностранных партнёров в проведении финансовых сделок через данный банк во время реализации договоров, международного сотрудничества.

В 2023 году благодаря реализации эффективной стратегии развития, а также повышению ключевой ставки, реализованному в качестве «временного антикризисного шага», банкам удалось улучшить результаты экономической деятельности [8].

В 2022 году количество новых привлечённых банками клиентов уменьшилось. В 2023 году ПАО «Банк ВТБ» удалось не только увеличить количество привлечённых клиентов, но и обогнать ПАО «Сбербанк» по данному показателю (Рисунок 1).

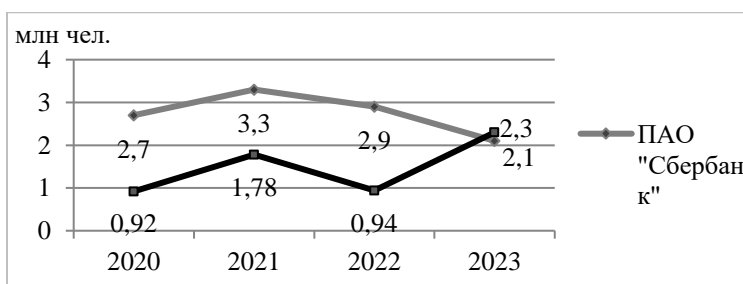


Рисунок 1 – Прирост количества новых клиентов за год (составлен автором на основе данных источника [9])

Таким образом, введение санкций повлияло на функционирование банковского сектора, в том числе на деятельность ПАО «Сбербанк» и ПАО «Банк ВТБ». Однако государственные меры по сдерживанию инфляции, успешная адаптация банков к новым реалиям позволили добиться успехов в улучшении показателей экономической деятельности компании. Это позволяет говорить о перспективах дальнейшего развития международного сотрудничества Новосибирской области с иностранными государствами.

Список литературы

1. Санкции против России: актуальная статистика [Электронный ресурс] / X-Compliance сервис для управления комплаенс-рисками. – Режим доступа: <https://x-compliance.ru/statistics> (дата обращения: 25.04.2024).
2. Международное сотрудничество [Электронный ресурс] / Официальный сайт Правительства Новосибирской области. – Режим доступа: <https://www.nso.ru/page/2261> (дата обращения: 28.04.2024).
3. Рейтинг банков Новосибирска и Новосибирской области [Электронный ресурс] / Финансовый портал «Выберу». – Режим доступа:

- <https://novosibirsk.kredity-tut.ru/banki/po-kreditam> (дата обращения: 22.04.2024).
4. США ввели санкции против ВТБ и Сбербанка [Электронный ресурс] / Ведущее деловое издание России «Ведомости». – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/politics/news/2022/02/24/910842-ssha-vveli-sanktsii-protiv-vtb-i-sberbanka> (дата обращения: 21.04.2024).
5. «Сбер» продал Okko, «Эвотор» и другие активы экосистемы [Электронный ресурс] / Мультимедийный холдинг РБК. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/19/05/2022/6283b9939a79470d420e82d2> (дата обращения: 20.04.2024).
6. Обзор финансовых показателей ПАО «Сбербанк» [Электронный ресурс] / Образовательная платформа для инвесторов PRO.FINANSY. – Режим доступа: <https://profinansy.ru/market/instrument/SBER> (дата обращения: 17.04.2024).
7. Обзор финансовых показателей ПАО «Банк ВТБ» [Электронный ресурс] / Образовательная платформа для инвесторов PRO.FINANSY. – <https://profinansy.ru/market/instrument/VTBR> (дата обращения: 26.04.2024).
8. Как ЦБ и кабмин собираются управлять инфляцией и как надо менять подход [Электронный ресурс] / Ведущее деловое издание России «Ведомости». – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2023/07/03/983391-kak-tsb-kabmin-sobirayutsya-upravlyat-inflyatsiei> (дата обращения: 21.04.2024).
9. ВТБ обогнал Сбербанк по росту числа активных клиентов в 2023 году [Электронный ресурс] / Frank Media — деловое издание о финансах и экономике. – Режим доступа: <https://frankmedia.ru/152172> (дата обращения: 10.04.2024).

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ФИНАНСОВЫЙ КРИЗИС И ОБЩЕСТВЕННЫЕ ФИНАНСЫ

А.Ю. Курюмова

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
kuryumovaa@icloud.com

В данной научной статье рассматривается проблема современного экономического кризиса, его связь с финансовым кризисом и влияние на мировую экономику. Авторы анализируют причины возникновения кризисов, их влияние на финансовую стабильность и антикризисные меры, принятые международными организациями и правительствами разных стран. Новизна исследования заключается в выявлении воспроизводственной основы современных кризисов, определении системных рисков функционирования

мирового финансового рынка и разработке стратегий антикризисного регулирования на глобальном уровне.

Ключевые слова: экономический кризис, финансовый кризис, антикризисное регулирование, международная финансовая стабильность, общественные финансы, мировой финансовый рынок, стратегии антикризисного управления

The scientific article deals with the problem of modern economic crisis, its connection with financial crisis and impact on the world economy. The authors analyze the causes of crises, their influence on financial stability and anti-crisis measures taken by international organizations and governments of different countries.

The novelty of the study lies in identifying the reproductive basis of modern crises, determining systemic risks of functioning of the global financial market and developing strategies for anti-crisis regulation at the global level.

Key words: economic crisis, financial crisis, anti-crisis regulation, international financial stability, public finance, global financial market, anti-crisis management strategies

Рыночная экономика развивается циклично, проходя через кризисы, которые могут быть кризисами перепроизводства или финансовыми кризисами.

Финансовый кризис является важной составляющей экономического кризиса и обладает своими особенностями и характеристиками. Финансовый кризис затрагивает фондовые и валютные кризисы, так как финансовый рынок состоит из рынка ценных бумаг и денежного рынка.

Любой финансовый кризис связан с серьезными проблемами в финансовой системе. Он может иметь локальный, региональный или глобальный масштаб. В прошлом финансовые кризисы были вызваны войнами или циклическими кризисами перепроизводства.

а) Глобальный характер кризиса: текущий финансовый кризис затрагивает все страны мира, демонстрируя свою универсальность.

б) Мирное время: современный финансовый кризис происходит в мирное время, в отличие от финансовых кризисов военного времени в прошлом.

с) Роль кризиса в экономическом спаде: текущий мировой финансовый кризис не только предшествует циклическому кризису, но и является основной причиной текущего глобального экономического кризиса.

За последнее десятилетие между странами с высоким уровнем дохода (особенно в Восточной Азии и на Ближнем Востоке) и странами с высоким уровнем задолженности возник серьезный глобальный финансовый дисбаланс, о чём свидетельствует таблица 1.

Таблица 1 - Дефицит государственного бюджета и государственный долг в странах G-20 в 2010 г. (в % к ВВП)

Страны	Баланс государственного бюджета	Государственный долг
США	-10,2	94,4
Великобритания	-9,9	75,5
Япония	-9,3	220,0
Индия	-8,9	67,3
Франция	-7,1	82,4
Канада	-5,6	84,0
ЮАР	-5,1	34,8
Австралия	-4,9	20,5
Германия	-4,3	84,0
Мексика	-4,3	42,9
Россия	-3,5	11,7

Ситуация усугубляется длительным периодом высокой ликвидности, связанным с избытком нефтедолларов и недостаточным кредитно-денежным регулированием в развитых странах. Финансовые рынки создают сложные инструменты, недооценивая связанные с ними риски, что приводит к нестабильному росту цен на активы, особенно на рынке ипотечного кредитования в США. Неосмотрительное предоставление кредитов и недостаточная оценка рисков инвесторами вызывают системную финансовую нестабильность, лежащую в основе современного финансового и экономического кризиса.

Крупнейшие транснациональные корпорации (ТНК) играют ключевую роль в мировой экономике, их общая капитализация до начала кризиса составляла 26 триллионов долларов, что в 25 раз превышает ВВП России. Капитализация отдельных корпораций превышает ВВП некоторых слаборазвитых стран. Например, Exxon Mobil оценивалась в 430 миллиардов долларов, а General Electric — в 365 миллиардов долларов.

Учитывая, что около 200 из 500 крупнейших корпораций мира зарегистрированы в США, становится очевидной проблема глобализации, связанная с доминированием США на мировом рынке и в международной политике. Эта информация основана на таблице 2 и рисунке 1.

Таблица 2 - Прогнозируемая динамика мирового процесса глобализации за 1980-2022 гг.

Показатели	1980	1990	2000	2007	2008	2020
Трансграничные потоки капитала/ Мировой ВВП в текущих ценах, %	4,7	5,2	15,3	20,7	3,1	23–28
Накопленные прямые иностранные инвестиции/ Мировой ВВП в текущих ценах, %	6	8,5	18	28,3	24,5	42–47



Рисунок 1 - Структура прямых иностранных инвестиции

Глобализация имеет свои плюсы с точки зрения экономической эффективности, но также создаёт серьёзные проблемы в мировой финансовой системе, которые трудно решить.

Обанкротившиеся ипотечные компании и инвестиционные банки США внесли значительный вклад в возникновение современного мирового финансового кризиса. Они выдавали необеспеченные дешёвые кредиты малообеспеченным слоям населения (более 30 миллионов американцев), но в итоге обанкротились, не получив обратно предоставленные средства и проценты по ним.

Решение этой проблемы возможно благодаря международному сотрудничеству и обмену опытом между странами. Необходимо разработать и внедрить международные стандарты и методы управления государственными финансами, а также обеспечить прозрачность и доступность информации о бюджете, налоговой политике и управлении долгом.

Антикризисные меры сосредоточены на поддержке банковской сферы, реального сектора экономики и социальной защите граждан. В Германии был принят новый закон о банках, который позволяет правительству национализировать кредитные организации, пострадавшие от кризиса. В результате государство приобретёт 75% акций немецких банков. На встрече министров финансов G7 в Вашингтоне 11–12 октября 2008 года был утверждён план из пяти пунктов.

1. Необходимо использовать все имеющиеся средства, чтобы поддержать системно важные финансовые институты, не допуская их банкротств.

2. Обеспечить принятие всех необходимых мер для разблокирования кредитных и денежных рынков, гарантировать свободный доступ банков и других финансовых институтов к ликвидности и финансированию.

3. Обеспечить банкам возможность привлекать капитал, как из частных, так и из государственных источников в достаточных количествах для восстановления доверия и возобновления ими кредитования бизнеса и частных лиц.

4. Обеспечить надежность национальных программ по страхованию вкладов через систему государственных гарантий.

5. Принять дополнительные меры для возобновления деятельности вторичных рынков ипотечных и других ценных бумаг.

Мировые финансовые институты внесли значительные изменения в глобальную финансовую систему, переводя ее на новый уровень. Государства и их финансовые учреждения стали ключевыми регуляторами, заменяя рынок и его участников в этом процессе. Помимо этого, страны Евросоюза разработали национальные стратегии для стабилизации своих финансовых систем.

Экономическое развитие стран Европейского союза и Соединенных Штатов Америки столкнулось с схожими проблемами: замедление роста и усиление социальных трудностей. Теперь для решения этих проблем предполагается использование не только рыночных механизмов, но и активной государственной стимулирующей политики.

Дополнительно к этим изменениям, мировые финансовые институты также предприняли шаги по укреплению международного сотрудничества и координации в области финансовой стабильности. Это важно для того, чтобы обеспечить более эффективный механизм реагирования на кризисные ситуации и предотвращения возможных колебаний в мировой экономике.

Международные финансовые организации, такие как Международный валютный фонд (МВФ), сталкиваются с острой проблемой нехватки ресурсов для адекватного реагирования на многочисленные международные финансовые кризисы. Этот дефицит оказывает существенное влияние на их способность оказывать эффективную помощь нуждающимся странам.

Например, только Украина запросила стабилизационный кредит в размере около 16 миллиардов долларов США в связи с разрушительными последствиями текущего конфликта. Аналогичные или более сложные ситуации наблюдаются и в других странах, включая Исландию, Венгрию, Пакистан и Аргентину. Эти государства сталкиваются с глубокими экономическими проблемами, вызванными пандемией COVID-19, глобальными экономическими потрясениями и политической нестабильностью.

Нехватка ресурсов вынуждает МВФ прибегать к выборочному предоставлению финансовой помощи. В результате организация может предоставлять займы только странам, которые соответствуют определенным критериям и выполняют строгие условия. Этот подход неизбежно привел к политизации процесса предоставления помощи. Страны, которые не соответствуют этим критериям или отказываются от требуемых условий, рискуют остаться без необходимой поддержки.

Политизация ситуации может усугубить проблему, так как помощь будет распределяться не только на основе объективных критериев, но и с учётом политических аспектов. Ограниченное время для принятия решений может ухудшить ситуацию, заставляя МВФ действовать поспешно и допускать ошибки. Это может привести к неравномерному распределению поддержки, когда одни страны не получают необходимую помощь, а другие получают её в избытке из-за политических, а не экономических причин.

Для пересмотра влияния разных стран на политику глобальных финансовых институтов, таких как МВФ и Всемирный банк, необходимо учитывать их роль в мировой экономике. Это предполагает снижение влияния США и усиление роли Китая. Также следует реализовать «план Миядзавы», предложенный японским министром финансов во время кризиса 1997–1999 годов, чтобы повысить прозрачность работы МВФ и Всемирного банка, включая публикацию и обсуждение их методологических документов на этапе разработки.

В результате предлагается преобразовать «Большую восьмёрку» в глобальную регуляторную структуру, включив в неё страны с ВВП, аналогичным канадскому. Это приведёт к расширению G8 до G11 с добавлением Китая, Бразилии и Испании, а при уменьшении порога ВВП до 1 миллиарда долларов — до G14 с Мексикой, Индией и Австралией. Также возможно присоединение Южной Кореи и Нидерландов. Необходимо разработать механизмы для принятия обязательных для всех участников решений.

Список литературы

1. Балабин А. А. Международные финансы. Электронный учебно-методический комплекс. Новосибирск. – 2012–2020.
2. Миловидов В. Д., Мануйлов К. Е. (ред.). Международные финансы. Учебник и практикум для вузов. Москва: Издательство Юрайт. – 2020.
3. Красавина Л. Н. (ред.). Международные валютно-кредитные и финансовые отношения. Учебник для вузов. Москва: Издательство Юрайт. – 2020.
4. Игнатова О. В., Горбунова О. А., Прудникова А. А. (ред.). Международные расчёты и платежи. Практикум. Учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. – 2020.
5. Кругман П. Р., Обстфельд М. Международная экономика. Теория и политика. Учебник для вузов по экономическим специальностям. Москва. – 1998.
6. Основы международной статистики. Учебник. Под общ. ред. д-ра экон. наук Ю. Н. Иванова. Москва: НИЦ Инфра-М. – 2013.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ТЕКУЩИЕ ПРОБЛЕМЫ И БУДУЩИЕ ВЫЗОВЫ

С.С. Туктамышев, Е.Н. Димитриева
Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
tuktamyshev.saveliy@mail.ru

В данной работе проводится анализ использования средств федерального бюджета и бюджетов регионов для поддержки общего, профессионального и высшего образования. Обосновывается важность государственных инвестиций в образование, что особенно актуально в текущей обстановке. Рассматриваются статистические данные о финансировании образования из бюджетов разных уровней, а также другие показатели, что позволяет сделать выводы о проблемах и перспективах государственного финансирования образования. На основе проведённого анализа предлагаются меры по оптимизации процесса распределения бюджетных средств, а также развитие государственно-частного партнёрства в сфере образования.

Ключевые слова: образование, финансирование образования, государственное финансирование, государственные расходы, бюджет РФ, бюджеты субъектов РФ

This article analyzes the use of federal and regional budget funds to support general, vocational and higher education. The importance of public investment in education is substantiated, which is especially relevant in the current situation.

Statistical data on the financing of education from budgets of different levels, as well as other indicators, are considered, which allows us to draw conclusions about the problems and prospect of public financing of education. Based on the analysis, measures are proposed to optimize the process of allocating budget funds, as well as the development of public-private partnerships in the field of education.

Keywords: education, financing of education, public financing, public expenditures, budget of the Russian Federation, budget of subject of the Russian Federation

Финансирование образования играет значительную роль в формировании развитой экономики. Оно влияет на экономический рост, повышает производительность труда, улучшает качество человеческого капитала и способствует развитию инноваций, что объясняет актуальность и проблему исследования.

Научная новизна результатов исследования характеризуется тем, что настоящее время, то есть в период активной трансформации российской экономики, особенно необходимо инвестировать средства в ЗУНЫ (знания, умения и навыки), которые приобретаются в основном за счет образования, и которые являются одним из ключевых элементов человеческого капитала (здесь и далее под человеческим капиталом рассматриваются ЗУНЫ, в совокупности, делающие человека более подготовленным работником), так как это напрямую влияет на темпы экономического роста [2]. Данная связь описана многими экономистами и нашла подтверждение на практике. Например, Саймон Кузнец утверждал, что в нашу эпоху экономический рост начинается с научно-технического прогресса, который, в свою очередь, напрямую зависит от развития науки и образования, то есть получается такая взаимозависимость между развитием экономики и человеческого капитала [12]. Эту связь можно изобразить с помощью схемы (Рисунок 1).



Рисунок 1 - Взаимосвязь человеческого капитала, развития науки, государственного и частного финансирования науки и образования [7]

Теперь перейдем к рассмотрению статистических данных, характеризующих особенности финансирования образования в России, что и является объектом исследования.

Расходы на образование состоят из двух уровней бюджетной системы:

1. Финансирование из федерального бюджета;
2. Финансирование из консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации.

Обратимся к статистическим данным, которые отражают объем государственного финансирования образования в Российской Федерации в 2019–2022 гг. (Таблица 2).

Таблица 2 - Государственные расходы на образование по уровням бюджетной системы, 2019-2022 гг. [5]

Показатель	2019	2020	2021	2022
Федеральный бюджет (млрд. руб.)	826,5	956,9	1064,4	1312,3
Процент от расходов федерального бюджета	4,5	4,2	4,3	4,2
Консолидированные бюджеты субъектов РФ (млрд. руб.)	3356,3	3552,5	3897,6	4532,8
Процент от расходов консолидированных бюджетов субъектов РФ	24,7	22,8	23,1	23,1

Из представленных данных можно сделать вывод, что в денежном выражении затраты на финансирование растут ежегодно, однако в процентном соотношении расходы на образование после снижения в 2020 г. остаются приблизительно на одном уровне. Это указывает на то, что с

каждым годом обеспечение образования становится для государства всё более затратным процессом, впрочем, как и другие статьи расходов федерального бюджета, что свидетельствует о стагнации его доли в общих расходах государства.

Проанализируем проблемы и особенности финансирования, встречающиеся на каждой из ступеней образования в России.

Итак, начнем со школьного образования. Согласно статье 43 Конституции Российской Федерации, основное общее образование обязательно [1]. Государства способно с высокой точностью прогнозировать количество поступающих в школы, поэтому с освоением финансирования проблем, как правило, не возникает. Тем не менее, в школах также могут наблюдаться проблемы с техническим оснащением, ремонтом и кадрами. Это, безусловно, связано со структурами бюджетов субъектов РФ, так как у нас есть как «бедные» (респ. Ингушетия, респ. Тыва, респ. Мордовия), так и «богатые» регионы (г. Москва, Московская область, г. Санкт-Петербург, респ. Татарстан). Очевидно, что последние на финансирование образования выделяют больше средств, чем первые. Из-за этого встречаются ситуации, когда у детей из регионов с кардинальной разницей в объеме финансирования образования совершенно разный уровень подготовки, так как у одних может быть только один компьютер на весь класс, а у других – ноутбук на каждой парте. Говоря о ремонте образовательных организаций, стоит отметить, что если в 2019 г. капитального ремонта требовали 7,4 тыс. зданий, то в 2021 г. – уже 17,2 тыс. зданий [5]. Более того, московские одиннадцатиклассники с 2023 г. участвуют в проекте, согласно которому они со второй половины учебного года посещают практикумы по подготовке к единому государственному экзамену (ЕГЭ) на базе собственных школ, а программа по непрофильным предметам считается оконченной [11]. Г. Москва и Московская область и так являются лидерами среди всех регионов по показателям среднего балла ЕГЭ, однако, несмотря на дополнительные издержки, связанные с внесением изменений в учебные планы и дополнительную нагрузку на преподавателей, эти регионы могут позволить себе улучшать условия обучения своих школьников. Кроме того, несмотря на увеличение различных выплат, например, за классное руководство, наличие программ поддержки педагогов («Земский учитель»), школы испытывают нехватку квалифицированных кадров. В течение последних десяти лет наблюдается рост соотношения «ученик/учитель» (если в 2011 г. этот показатель составлял 15,7 чел., то в 2019 г. – 18,4 чел.), то есть с каждым годом количество учеников на одного учителя растет [9]. Молодых учителей также не привлекают условия труда и уровень заработной платы, поэтому доля возрастных педагогов высока [4]. Особенно ярко эта проблема проявляется в регионах.

Теперь рассмотрим среднее профессиональное образование (СПО). Для профессиональных образовательных организаций основным финансовым

ресурсом остаются средства региональных бюджетов. В случае СПО проблема финансирования является особенно острой, потому что на текущий момент в стране наблюдается дефицит квалифицированных кадров в сфере производства, и именно их готовят средне-специальные учебные заведения (ССУЗы). Здесь отчетливо видна недостаточная техническая оснащенность, а также нехватка преподавателей. Сравним показатели наличия специальных программных средств в 2020 и 2022 гг. (Таблица 3)

Таблица 3 - Наличие специальных программных средств в ССУЗах в 2020 и 2022 гг., % от общего числа организаций [4, 5]

Показатель, % от общего числа организаций	2020 г.	2022 г.
Электронный версии учебных пособий	86,7	83,9
Обучающее ПО	83,4	79,9
Программы компьютерного тестирования	77,7	74,9
Электронные справочно-правовые системы	63,1	58,4
Виртуальные тренажеры	53,3	52,3
Системы электронного документооборота	29,3	22,8
Специальное ПО для научных исследований	13,0	11,4

За два года обеспеченность специальным программным обеспечением (ПО) снизилась по многим показателям, а именно его доступность играет ключевую роль в нынешней системе образования, когда происходит активная цифровизация. Нагрузка на одного преподавателя, напротив, продолжает увеличиваться. Например, если в 2019 г. на одного преподавателя приходилось 18,4 студента, то в 2022 г. этот показатель достиг 20,4 студента [5, 8]. Кроме того, сокращается число мастеров производственного обучения (2019 г. – 23,1 тыс. чел., 2022 г. – 20,8 тыс. чел.), которые особенно необходимы ССУЗам, так как в них в большей степени важно у студента сформировать практические навыки, чтобы после выпуска он мог сразу приступить к работе [5]. Итак, несмотря на такие действующие в настоящее время программы развития СПО, как «Профессионалитет», «Молодые профессионалы», «Образование», на практике расходы на СПО в реальном выражении с 2010 по 2020 г. снизились на 7,4%, учебные заведения испытывают на себе необходимость обновления основных фондов, а также нехватку специалистов, которые должны обучать постоянно увеличивающееся число студентов [6].

Перейдем к рассмотрению высшего образования. Основным отличием от двух предыдущих уровней образования является то, что высшее образование финансируется главным образом за счет средств федерального бюджета [10]. Тем не менее, в целом, для высших учебных заведений (ВУЗов) характерны те же проблемы, что и для ССУЗов: недостаток средств на техническое оснащение и сотрудников. Также стоит отметить, что в Российской Федерации расходы на высшее образование составляют примерно 1% от

ВВП, что существенно ниже, чем в других развитых странах мира [3, 10]. На Рисунок 2 представлена динамика расходов на образование в Российской Федерации в 2010-2022 гг.

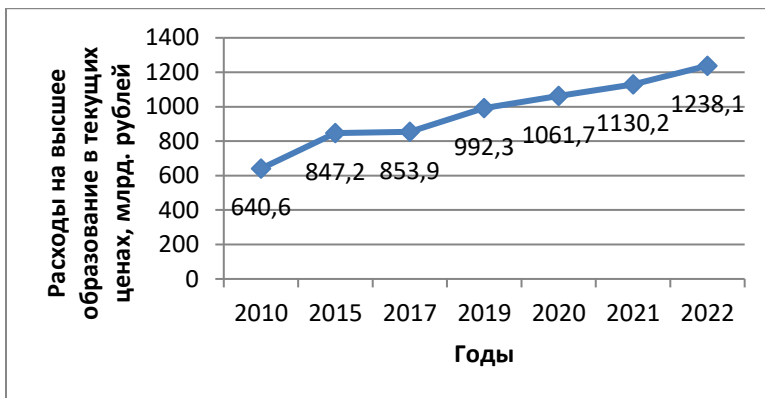


Рисунок 2 - Динамика расходов на высшее образование в 2010-2022 гг., млрд. руб. [3, 4]

С 2010 по 2022 гг. расходы в номинальном выражении росли, однако в реальном выражении уменьшались [3].

Таким образом, в ходе исследования были выявлены основные проблемы государственного финансирования образования: неравномерность финансирования школьного и СПО уровней образования в зависимости от регионов; недофинансирование обновления основных фондов учебных заведений всех уровней; дефицит преподавателей, в том числе с высоким уровнем квалификации, что преимущественно связано с недостаточным уровнем заработных плат, как следствие, возникает низкая эффективность выполнения намеченных планов и действующих проектов; трудности в регулировании бюджетов регионов, из-за чего денежные средства также не всегда используются по назначению и с нужной эффективностью. Анализ данных за несколько лет подтверждает, что перечисленные проблемы носят хронический характер. Тем не менее, для улучшения ситуации необходимо: точно регулировать денежные потоки, чтобы выделенные на определенные нужды образовательных учреждений использовались по назначению; дополнять средствами федерального бюджета там, где средств местных бюджетов недостаточно; усиленно работать в направлении развития сотрудничества с компаниями, например, предоставляя им определенные льготы за инвестирование в образовательные учреждения города, региона, так как именно работодатели должны быть заинтересованы в хорошей квалификации выпускников.

Список литературы

1. Российская Федерация. Конституция (1993). Новая редакция: с комментариями Конституционного суда РФ. – М.: Проспект. – 2022. – 116 с.
2. Макконнелл К. Р., Брю С. Л., Флинн Ш. М. Экономикс: принципы, проблемы и политика: Пер. 18-го англ. изд. — М.: ИНФРА-М. – 2011. – XXX. – 1010 с.
3. Высшее образование в России: статистический обзор / Н. Б. Шугаль, О. К. Озерова, О. А. Зорина, Д. Ю. Мигунова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ. – 2021. – 72 с.
4. Индикаторы образования: 2024: статистический сборник / Н. В. Бондаренко, Т. А. Варламова, Л. М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: ИСИЭЗ ВШЭ. – 2024. – 416 с.
5. Образование в цифрах: 2023: краткий статистический сборник / Т. А. Варламова, Л. М. Гохберг, О. К. Озерова и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: ИСИЭЗ ВШЭ. – 2023. – 132 с.
6. Среднее профессиональное образование в России: статистический обзор / Н. Б. Шугаль, В. И. Кузнецова, Л. Б. Кузьмичева и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ. – 2022. – 72 с.
7. Влияние человеческого капитала на экономический рост: учебное пособие / А. В. Корицкий; Новосиб. гос. архитектур.-строит. ун-т (Сибстрин). – Новосибирск: НГАСУ (Сибстрин). – 2013. – 244 с.
8. Албеков, Х. Н. Проблемы развития системы среднего профессионального образования в России / Х. Н. Албеков, Л. Х. Джабраилова, Т. А. Мордасова // Журнал прикладных исследований. – 2021. – № 6-10. – С. 966-973. – Режим доступа <https://cyberleninka.ru/article/n/problemny-razvitiya-sistemy-srednego-professionalnogo-obrazovaniya-v-rossii-1> (дата обращения: 29.04.2024).
9. Заир-Бек, С. И. Кадры школьного образования: возможности и дефициты / С. И. Заир-Бек, Т. А. Мерцалова, К. М. Анчиков // Информационно-аналитические материалы по результатам статистических и социологических обследований ВШЭ. – 2020. – №18. С. 1-17. – Режим доступа: https://www.hse.ru/data/2020/12/03/1354427472/release_18_2020.pdf (дата обращения: 29.04.2024).
10. Седаш, Т. Н. Финансирование высшего образования как фактор развития человеческого капитала // Экономика. Налоги. Право. – 2022. – №6. – С. 112-121. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/finansirovanie-vysshego-obrazovaniya-kak-faktor-razvitiya-chelovecheskogo-kapitala> (дата обращения: 29.04.2024).
11. Московские 11-классники переходят на новый формат подготовки к ЕГЭ [Электронный ресурс] // РИА Новости. – Режим доступа: <https://ria.ru/20230201/ege-1848832213.html?ysclid=lvdf9zkmkx558335670> (дата обращения: 29.04.2024).
12. Simon Kuznets (1901–1985). By Moses Abramovitz. // The Journal of Economic History. – March 1986. – V.46, no.1. – P.241–246.

МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС - КАТАЛИЗАТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА И ОБЩЕСТВЕННЫХ ФИНАНСОВ

А.В. Гаврилова

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
alinagavrilova1404@gmail.com

Роль малого и среднего бизнеса (МСБ) в развитии общественных финансов в современных экономических условиях становится все более значимой. МСБ играет важную роль в совокупном общественном продукте, выступает источником пополнения государственного бюджета и внебюджетных фондов, создает рабочие места и снижает уровень безработицы. Растущее значение МСБ в экономике и необходимость поиска новых источников пополнения госбюджета делают изучение их вклада актуальным. Исследование поможет оценить масштабы и особенности этого вклада, а также выявить проблемы и перспективы развития МСБ.

Ключевые слова: Малый и средний бизнес (МСБ), общественные финансы, доходы государственного бюджета, рабочие места, предпринимательство, экономический рост

Abstract: The role of small and medium-sized businesses (SMBs) in the development of public finances in modern economic conditions is becoming increasingly significant. SMBs play an important role in the total social product, are a source of replenishment of the state budget and extra-budgetary funds, create jobs and reduce the level of unemployment. The growing importance of SMBs in the economy and the need to find new sources of replenishment of the state budget make the study of their contribution relevant. The study will help to assess the scale and characteristics of this contribution, as well as to identify the problems and prospects for the development of SMBs.

Keywords: Small and medium-sized businesses, public finances, government budget revenues, jobs, entrepreneurship, economic growth

Малый и средний бизнес (МСБ) играет все более важную роль в развитии общественных финансов. Его вклад в совокупный общественный продукт, пополнение государственного бюджета и внебюджетных фондов, создание рабочих мест и снижение уровня безработицы делают МСБ объектом пристального внимания экономистов и политиков [1].

Объектом исследования выступает малый и средний бизнес, а предметом - его вклад в общественные финансы. Проблема исследования заключается в определении основных направлений положительного влияния МСБ на общественные финансы. Работа носит актуальный характер, так как позволит оценить роль МСБ в экономике и разработать рекомендации по его дальнейшему развитию.

Введем основные понятия. Малый и средний бизнес - субъекты хозяйственной деятельности, которые соответствуют определенным критериям, обычно связанным с численностью сотрудников, годовым доходом или оборотом, стоимостью активов (Таблица 1).

Таблица 4 - Сравнительная характеристика МСБ России [2]

Критерий	Малый бизнес	Средний бизнес
Численность работников	≤ 100 человек	≤ 250 человек
Лимит выручки	≤ 800 млн рублей	≤ 2 млрд рублей
Лимит дохода	≤ 400 млн рублей	≤ 1 млрд рублей

Общественные финансы — это отрасль экономики, изучающая деятельность государства и других публичных органов по мобилизации доходов, осуществлению расходов и управлению государственным долгом. Они являются важнейшим инструментом реализации государственной политики, поскольку позволяют государству влиять на распределение ресурсов и достигать своих экономических и социальных целей.

Общепринятым является тот факт, что малый и средний бизнес (МСБ) играет важную роль в развитии общественных финансов. Его вклад проявляется в нескольких основных направлениях:

1. Вклад в доходы государственного бюджета.

МСБ является значительным источником доходов для государственного бюджета, уплачивая различные налоги и сборы, такие как налог на прибыль, НДС, налог на доходы физических лиц, акцизы и таможенные пошлины. Президент общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «Опора России» Александр Калинин отмечает в своем Telegram-канале неуклонный рост вклада МСП в российскую экономику. По его словам, в 2020 году этот вклад составлял 22,2 трлн рублей, а в 2021 году увеличился до 26,5 трлн рублей (Рисунок 1). По его прогнозам, в 2022 году он должен был превысить отметку в 30 трлн рублей. Ожидаемые прогнозы оправдались: по итогам 2022 года вклад МСП в ВВП составил около 32,6 трлн рублей. Параллельно с этим наблюдается рост налоговых отчислений от субъектов МСП: с 3,2 трлн рублей в 2020 году до 4,7 трлн рублей в 2022 году [3].

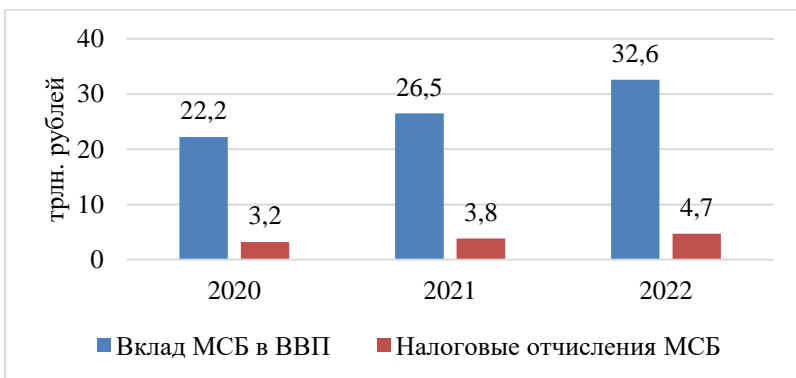


Рисунок 3 - Вклад МСБ в государственный бюджет за 2020-2022 года

2. Создание рабочих мест и повышение социальной стабильности.

МСБ выступает основным создателем рабочих мест в экономике, обеспечивая работой более половины рабочей силы во всем мире. В России же последние 6 лет стабильно удерживается примерно 21,3 % занятых в малых и средних предприятиях (Таблица 2). Создание рабочих мест МСБ способствует сокращению безработицы и увеличению доходов населения. Кроме того, МСБ поддерживает социальную стабильность, предоставляя людям возможности для самозанятости и предпринимательства.

Таблица 5 - Доля занятых в МСБ по России в динамике 2018-2023 годов [4]

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Численность занятых в МСБ (тыс. чел)	15.917	15.357	15.510	14.639	15.212	15.109
Численность занятых по России (тыс. чел)	72.354	71.765	70.461	71.598	72.532	73.533
Доля занятых в МСБ	22%	21,4%	22%	20,4%	21%	20,5%

3. Повышение уровня инноваций и общей экономической активности.

МСБ является источником инноваций и новых идей. Предприятия МСБ более гибки и способны быстрее адаптироваться к рыночным изменениям, чем крупные компании. Они часто занимают нишевые рынки и разрабатывают новые продукты и услуги, удовлетворяющие специфические потребности клиентов. Инновации и предпринимательская активность, стимулируемые МСБ, приводят к повышению общей экономической

активности и росту экономики в целом. МСБ также способствует конкуренции на рынке, что ведет к снижению цен и повышению качества товаров и услуг.

В то же время, развитие малого и среднего бизнеса сталкивается с рядом проблем и вызовов. Одним из основных препятствий является ограниченный доступ к финансированию. Малые и средние предприятия часто испытывают трудности в получении кредитов и капитала из-за высоких процентных ставок и жестких условий погашения. Другим вызовом является сложная и обременительная регулирующая среда. Избыточная отчетность и административные процедуры могут отнимать много времени и ресурсов. Малые и средние предприятия также сталкиваются с интенсивной конкуренцией со стороны крупных предприятий и импорта. Узкие рынки и низкий спрос могут еще больше затруднить им рост и выживание.

Для того, чтобы решить ранее указанные проблемы в рамках государственной поддержки реализуется национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». Ключевые результаты, достигнутые в 2023 году, включают:

- Одобрены льготные кредиты на 941,4 млрд рублей (73,3 тыс. МСП)
- Заключено 29,9 тыс. кредитных договоров на 680,8 млрд рублей
- В рамках Национальной гарантийной системы оказана финансовая поддержка на сумму 1098 млрд рублей
- 3 247 субъектов МСП заключили экспортные контракты при поддержке ЦПЭ (центр поддержки экспорта), суммарно экспортировано на 1,4 млрд долларов
- 466,5 тыс. предпринимателей получили поддержку в центрах «Мой бизнес».

Исследование вклада малого и среднего бизнеса осветило его исключительную роль в качестве движущей силы экономического роста. Новизна результатов заключается в сравнительном анализе вклада МСБ в общественные финансы, а также в выявлении препятствий, ограничивающих развитие малого и среднего предпринимательства.

На основе выводов исследования выдвигаются рекомендации по усилению налогового стимулирования МСБ, развитию программ поддержки, ориентированных на производительность и инновации, а также обеспечению прозрачности и подотчетности при распределении государственных средств.

Для дальнейшего совершенствования поддержки МСБ в контексте общественных финансов необходимо продолжить исследование по оценке экономического вклада МСБ на региональном и муниципальном уровнях, разработать механизмы оценки эффективности государственных программ и продвигать сотрудничество между государством, бизнесом и некоммерческими организациями для создания благоприятной экосистемы для развития МСБ.

Список литературы

1. Родионов М.Г., Развитие малого и среднего предпринимательства: вызовы времени и тренды внешней среды [Электронный ресурс] // Вестник СИБИТа. – 2021. – №1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-vyuzovu-vremeni-i-trendy-vneshney-sredy> (дата обращения: 01.05.2024).
2. Пределы выручки для субъектов малого и среднего бизнеса увеличены вдвое [Электронный ресурс] // Федеральная налоговая служба. – Режим доступа: https://www.nalog.gov.ru/rn40/news/tax_doc_news/5687552/ (дата обращения: 01.05.2024).
3. Вклад МСП в ВВП России по итогам 2022 года может превысить 30 трлн рублей [Электронный ресурс] // Социальный фонд России. – Режим доступа: https://sfr.gov.ru/press_center/z_news~2023/05/29/250401?ysclid=lvowmbubwz815324027 (дата обращения: 01.05.2024).
4. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс] // Федеральная налоговая служба. – Режим доступа: <https://ofd.nalog.ru/index.html> (дата обращения: 01.05.2024).

ФИНАНСИРОВАНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В РОССИИ

А.С. Горбоконеко

Сибирский институт управления — филиал РАНХиГС
artem.gorbokonenko@gmail.com

Работа посвящена методам финансирования и исследованию проблем электроэнергетической инфраструктуры России. Были обозначены основные проблемы электроэнергетической системы, такие как недофинансирование, низкая инвестиционная привлекательность, ценовые дисбалансы и износ электросетевого оборудования. В работе приведена и проанализирована статистика и динамика основных показателей электроэнергетической инфраструктуры. Обозначены механизмы финансирования, возможные пути решения имеющихся проблем и тенденции развития электроэнергетической инфраструктуры.

Ключевые слова: перекрестное субсидирование, потребление электроэнергии, электроэнергетическая инфраструктура, электроэнергия

The work is devoted to financing methods and research into problems with the Russian electric power infrastructure. The main problems of the electric power

system were identified, such as underfunding, low investment attractiveness, price imbalances and wear of electric grid equipment. The paper presents and analyzes statistics and dynamics of the main indicators of the electric power infrastructure. Financing mechanisms, possible solutions to existing problems and trends in the development of the electric power infrastructure are outlined.

Keywords: cross-subsidization, electricity consumption, electric power infrastructure, electric power

Инфраструктура это одна из основополагающих сфер для развития экономики в целом, и немаловажную роль в этом играет развитие и обновление электроэнергетической инфраструктуры. Дело в том, что развитая электроэнергетическая сеть – это одна из основ для обеспечения экономического роста и повышения устойчивости современной российской экономики, но электроэнергия как товар не имеет альтернатив и заменить источник её получения в большинстве случаев предвещает долгий, трудоемкий, и, самое главное, дорогой процесс. Для понимания, структура собственности в электроэнергетическом комплексе основана на сочетании различных форм собственности, в большинстве случаев это зависит от функционального назначения электросетевых объектов. Системообразующие и сети регионального уровня находятся во владении государственных холдингов. Районные и городские электросети чаще всего обслуживаются АО с контрольным пакетом акций у субъекта Российской Федерации.

Реальность показывает, что несмотря на санкционное давление экономика страны продолжает развиваться и потребление электроэнергии продолжает увеличиваться. По данным Министерства энергетики Российской Федерации рост потребления электроэнергии по итогам 2023 года вырос на 1,4%, до 1,12 триллиона Киловатт – час, по сравнению с уровнем 2022 года. Рост на 0,6% показал и уровень производства электроэнергии. Спрос на электроэнергию растет уже не первый год, это стало уже настоящей тенденцией. Такой вывод можно сделать, если рассмотреть показатели электробаланса Российской Федерации (Таблица 1) за 12 лет.

**Таблица 1 – Основные показатели электробаланса
Российской Федерации**

Год	Произведено электроэнергии (млрд. кВт.час)	Потреблено Электроэнергии - (млрд. кВт.час) - всего
2010	1038,0	1020,6
2011	1054,8	1041,1
2012	1069,3	1063,3
2013	1059,1	1054,8
2014	1064,2	1065,0
2015	1067,5	1059,8
2016	1091,1	1077,9
2017	1094,3	1089,1
2018	1115,1	1108,1
2019	1121,5	1110,1
2020	1089,7	1085,0
2021	1159,4	1135,4
2022	1169,8	1153,6

Как видно, спрос на электроэнергию имеет тенденцию к росту. Помимо этого, можно сделать вывод о том, что динамика электропотребления имеет зависимость от экономической ситуации в стране. Так, в 2020 году потребление электроэнергии значительно снизилось по сравнению с 2019 годом. Вероятнее всего это связано с замедлением экономической активности из-за пандемии COVID – 19. Таким образом, перед электроэнергетической сетью стоят задачи по обеспечению доступности электроэнергетической инфраструктуры в регионах, где потребление быстро растет и по формированию структуры генерирующих мощностей

Несмотря на позитивную динамику ключевого показателя эффективности отрасли, в секторе сохраняется ряд серьезных проблем, таких как высокий износ и аварийность сетей в отдельных регионах. По данным Федеральной службы государственной статистики более 50% потребления электроэнергии

в 2022 году приходилось на добычу полезных ископаемых и обрабатывающие производства. Такая планка держится уже на протяжении как минимум 10 лет. Например, в 2017 году 53% всего конечного потребления энергии приходилось на промышленные предприятия. При этом общий износ электросетей на уровень 2020 года достигал 52%, а магистральных электросетей – около 50%. Такие показатели значительно повышают шанс возникновения аварийных ситуаций на линии, что ставит под угрозу работоспособность не только промышленных предприятий, но и других экономических агентов. Однако необходимо отметить, что данные бухгалтерского учета не позволяют точно оценить фактическое состояние объектов электроэнергетики, так как не отображают результаты программ технического обслуживания и ремонта.

Сложившаяся ситуация обусловлена низкими темпами обновления электросетевой инфраструктуры и низкой инвестиционной привлекательностью. Однако уже в 2022 году ситуация с финансированием немного улучшилась. По итогам 2022 года бизнес субсидировал электроэнергию для граждан на 249,8 млрд рублей, что на 9,5 миллиарда больше, чем годом ранее. Такие данные во 2 квартале 2023-го привели в Институте экономики и регулирования инфраструктурных отраслей НИУ ВШЭ. Несмотря на это, привлекательность инвестирования в электроэнергетику обеспечивается исключительно механизмами гарантирования цен (существующий рынок не создает ценовых сигналов для инвестирования, люди инвестируют «на свой страх и риск»).

Пожалуй, одной из основных проблем в области электроэнергетики являются ценовые дисбалансы. Отличным примером служит разница в ценах между населением и иными потребителями. На протяжении 33 лет (то есть с 1990 – х годов) тарифы на электроэнергию для населения сдерживаются ниже экономически обоснованного уровня. Все издержки покрываются за счет перекрестного субсидирования. В 2014 году была поставлена цель по ликвидации этой проблемы, однако объемы перекрестного субсидирования (субсидирование населения за счет завышения тарифов на услуги по передаче для прочих потребителей) выросли и продолжают расти в большей части регионов (Рисунок 1). В 2022 году разрешили увеличить объем субсидирования до предельного уровня в 241 миллиард рублей, а в 2023 году объем перекрестного субсидирования составил рекордные 294 миллиарда рублей, причем до этого не было ни одного года со значимым сокращением этого показателя.

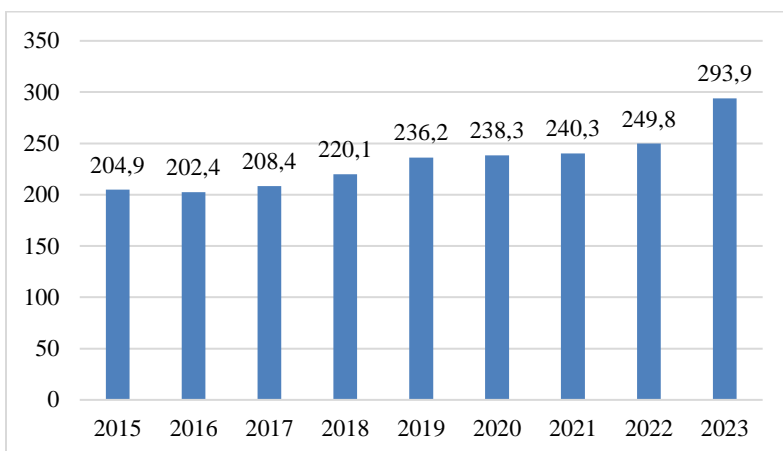


Рисунок 1 – Рост перекрестного субсидирования в области электроэнергетики в России

Основной причиной роста объемов перекрестного субсидирования называют цель увеличить рост плановой выручки электросетевых компаний. Выручка крупнейших компаний составила 846,1 миллиардов рублей. По мнению некоторых аналитиков, тарифы для населения продолжают сдерживать и растущие издержки продолжают покрывать за счёт иных потребителей. То есть стоит ожидать, что в 2024 году объемы субсидий от бизнеса увеличатся еще больше, либо сохранят планку 2023 года.

Так же некоторые проблемы вызывает необходимость импортозамещения технологий и выстраивание новых логистических путей. В первую очередь возникает требование к производству конкурентоспособного отечественного оборудования и разработка технологий, которые в долгосрочной перспективе значительно уменьшат издержки на обновление технического оснащения электросетевого комплекса.

Существует еще один факт, который обретает черты проблемы, но может стать таковой в будущем. На данный момент в стране появляются новые точки электропотребления, пока существующая «генерация» справляется. Ее модернизируют и продлевают сроки жизни, но в будущем требуется строительство новой «генерации». Причем, когда задачу удовлетворения нового спроса на электроэнергию покрывают старой электрогенерирующей станцией, остро встает вопрос о недостатке финансирования проектов на обновление оборудования или строительства новой электрогенерирующей станции. Тарифы сдерживаются, а источника нового финансирования либо вообще нету, либо он недостаточно ясен. Необходимо дополнительное субсидирование или государственная поддержка, в особенности для проектов «долгостроев», такие как ГЭС или АЭС. Появилась необходимость внедрять

новые механизмы привлечения инвестиций в отрасль. Таким механизмом может стать, например, государственно-частное партнерство (взаимодействие государства и бизнеса для решения определенных задач), налоговые льготы или дополнительное государственное финансирование.

Таким образом, электроэнергетическая инфраструктура призвана обеспечить экономический рост и повысить степень экономической безопасности страны в целом. Наблюдается постоянное повышение спроса на электроэнергию и появлении новых точек роста потребления, что требует должного внимания от электрогенерирующих компаний. Для развития сетей и генерации энергии необходимо дополнительное финансирование, раз заработать достаточно не представляется возможным в виду политики сдерживания тарифов для населения. Дисбаланс цен продолжает усугубляться, дополнительные издержки ложатся на бизнес, что накладывает на бизнес дополнительную нагрузку. Необходимо отрегулировать тарифную политику в электроэнергетике для сглаживания шоков. Все более и более становится ребром вопрос о том, какая степень регуляции тарифов приемлема для экономики.

Список литературы:

1. Яркин Е.В., Долматов И.А., Сасим С.В., Панова М.А., Войткова Ж.В., Исмаилов Н.Р., Тарифная политика в российской федерации в отраслях коммунальной сферы: приоритеты, проблемы, перспектива. – 2023. – 10-33 с.
2. Репетюк С.В., Шеваль Ю.В., Электросетевой комплекс Российской Федерации: анализ состояния и организационная структура. – 2020. – 37 с.
3. Итоги шестого Международного форума «Российская энергетическая неделя» [Электронный ресурс] // Российская экономическая неделя. – Режим доступа: <https://rusenergyweek.com/> (дата обращения: 01.04.2024).
4. Лукасевич И.Я., Кузнецов Н.В. Финансирование программы развития электроэнергетики российской федерации в условиях внешнеполитической и экономической нестабильности // Экономика и управление народным хозяйством. – 2017. – 37 - 45 с.

ВИРТУАЛЬНОЕ ИГРОВОЕ ИМУЩЕСТВО
КАК ОБЪЕКТ ГРАЖДАНСКИХ ПРАВ

Э.Б. Дамдинова, Ю.В. Тимошенко
Новосибирский государственный университет
экономики и управления «НИНХ»
erzhena_damdinova2804@mail.ru, yulechkatimoshenko0@gmail.com

С каждым годом, виртуальное игровое пространство развивается с невероятной скоростью, популярные онлайн-игры сформировали свой собственный рынок, на котором в качестве товара выступают предметы виртуального пространства, данной сфере законодатель не уделил должного внимания, что породило правовые пробелы в законодательстве. В научной статье раскрывается проблема гражданского правового регулирования виртуального игрового имущества. В данной исследовательской работе рассмотрены некоторые пути решения проблемы, с опорой на зарубежный опыт, законодательства и практики.

Ключевые слова: виртуальное игровое имущество, виртуальная собственность, иное имущество, онлайн-игры, цифровое пространство

Every year, the virtual gaming space is developing at an incredible rate, popular online games have formed their own market, in which virtual space objects act as goods, the legislator did not pay due attention to this area, which gave rise to legal gaps in legislation. The scientific article reveals the problem of civil legal regulation of virtual gaming property. In this research paper, some ways of solving the problem are considered, based on foreign experience, legislation and practice.

Keywords: virtual gaming property, virtual property, other property, online games, digital space

В эпоху цифровизации, все больше людей используют виртуальное пространство в разных целях, большой оборот набирает развлекательная индустрия в игровой сфере. Так популярные онлайн игры сформировали собственный рынок, на котором в качестве товара выступают предметы виртуального пространства. Из-за быстрого темпа развития цифровизации, гражданское законодательство не идет в ногу с ним, что создает пробелы по регулированию виртуального имущества.

Объектом исследования являются общественные отношения, возникающие при обороте виртуального игрового имущества. С точки зрения права интересным для проведения исследования представляют именно многопользовательские онлайн-игры.

Следует отметить, что в современных исследованиях до сих пор не выработан единый подход о правовой природе виртуального имущества в онлайн играх, аналогичная ситуация, в правоприменительной практике по данному вопросу крайне неоднородна.

Обращаясь, к научным публикациям, то большинство авторов отмечают, что в романо-германской правовой системе от толкования терминов зависит понимание правовой природы возникающих отношений, поэтому для полного понимания следует обратиться к категориям «виртуальное имущество» и «игровое имущество» [2, с. 41].

Рассматривая правовую регламентацию, то данные понятия отсутствуют как в гражданском законодательстве, так и в других отраслях права. Цивилистическая доктрина под «виртуальным имуществом» отмечает нематериальные объекты, существующие в игровой реальности [1, с. 15]. Анализируя, научные публикации, то А.С. Лузгин под виртуальной собственностью понимает «собственность, которая не имеет материальной формы и существует в цифровом пространстве: электронные деньги, аватары, игровые или виртуальные предметы, программное обеспечение, базы данных и пр. Они неосязаемы и не могут быть визуально распознаны, но могут быть использованы или переданы через Интернет».

Обобщая вышесказанное, категория «виртуальное имущество» является разнородным по своей природе, поэтому говорить обобщенно о нем нецелесообразно. Связи с этим в данном исследовании остановимся на «игровом имуществе», которое является одним из видов виртуального имущества.

В связи с отсутствием единого подхода по определению игрового имущества, можно выделить отличительные признаки:

- 1) формирование отношений непосредственно в компьютерной игре по поводу нематериального объекта – игрового имущества;
- 2) игровое имущество связано с многопользовательскими онлайн-играми (MMORPG): игровые аккаунты, персонажи, и другие объекты, приобретенные за реальные деньги в MMORPG;
- 3) игровое имущество не может существовать вне зависимости от них.

Далее, проанализировав научные работы, отмечаются три основных подхода для регулирования исследуемой области отношений:

- 1) игровое имущество определяется как часть программного кода. Однако данный подход является противоречивым, так как в некоторые лицензионные соглашения есть два подхода, первый: существует положение о предоставлении дополнительного функционала игры за плату, что демонстрирует аспект оказания платных услуг. Второй подход: предоставление платного дополнительного функционала игры определяется как передача прав на использовании части программы для ЭВМ. Таким образом, создается проблема по определению правовой природы игрового имущества;

2) отношение по поводу игрового имущества рассматриваются в качестве азартных игр. Если изучить понятия азартных игр, под которым понимается игра, заключаемая между несколькими участниками соглашение о выигрыше основанная на риске. Рассматривая понятие пари, то оно является видом азартной игры, при котором результат выигрыша основан на риске, соглашение зависит от обстоятельств, при которых неизвестно наступят данные события или нет. Как мы видим из определений, их главной целью является обретение выигрыша, говоря про цель пользователей онлайн игр, то можно заметить существенную разницу, заключающаяся в том, что игрокам интересен прогресс своего виртуального персонажа и сам игровой процесс. В связи с этим, нецелесообразно приравнивать многопользовательские игры к категории азартных, обуславливаясь это может также тем, что такая онлайн-игры, не имеет какого-либо конечного результата, то есть отсутствует окончания игры;

3) отношения по поводу игровых объектов регулируются нормами законодательства оказания услуг. Данный подход не сможет полностью обеспечить юридическую защиту и не раскроет правовую природу игрового имущества, в связи с тем, что он не применим при урегулировании спора между двумя пользователями, в ситуации, когда подобные услуги предоставляются без оплаты.

Рассмотрим более подробно позицию, которой придерживается А.И. Савельев и Е. А. Цатурян, она состоит в том, что игровое имущество необходимо рассматривать как «иное имущество», тем самым используя к нему нормы соответствующих видах договоров, деликтах либо неосновательного обогащения [3, с. 6]. В связи с этим, признание правового статуса игрового имущества приведет к юридической регламентации с помощью норм гражданского права.

Рассматриваемую концепцию признания игрового имущества «иным имуществом» в соответствии статье 128 ГК РФ позволит наделять пользователей правом собственности на игровое имущество. К тому же, включение исследуемого объекта в гражданский оборот способствует закреплению виртуальной ценности в правовом смысле и защите прав посредством предъявления иска о неосновательном обогащении. Возвращаясь, к статье 128 ГК РФ, то перечень объектов неисчерпывающий, благодаря включению термина «иное имущество». Признание игрового имущества «иным имуществом» возможно с точки зрения отечественного правового законодательства иные гражданско-правовые конструкции, включенные в статье 128 ГК РФ, будут спорные. Если игровое имущество будет признано «иным имуществом», то обеспечиться правовая защита пользователей в случае неправомерного лишения пользователя аккаунта либо других игровых артефактов в игровом пространстве, приобретенных за реальные денежные средства, оператором игрового процесса, следует применить нормы о неосновательном обогащении. Факт обогащения будет

заключаться в размере сумм, уплаченных пользователем правообладателю или в упущенной выгоде. Данная конструкция взыскания неосновательного обогащения обеспечит защиту прав пользователей онлайн-игры. Ответственность за неправомерное лишение аккаунта, совершенное со стороны оператора игрового процесса, путем блокирования аккаунта, удалении платформы, лежит на организаторе виртуальной игры, находящийся на территории России или его представитель.

Обращаясь к зарубежному опыту, самой развивающейся страной в сфере киберпространства является Китай, это государство в полной мере разрабатывает виртуальное право, например, был издан такой закон как: Закон об электронной торговле, Закон о кибербезопасности и другие. В Тайване виртуальное имущество признано объектом права собственности в юридическом аспекте, то есть оно является передаваемым, отчуждаемым.

Рассматривая судебную практику иностранных государств, то Нидерландский суд признал, что пришел «вещи не обязаны быть лишь материальными, чтобы право признавало», если виртуальные предметы наделены игровой ценностью, за счёт получения игроками в результате приложения экономических ресурсов. В связи с этим виртуальную реальность, нельзя рассматривать как простую иллюзию, не имеющая последствий, это феномен является дигитизацией общества. Поэтому такие предметы имеют ценность и лицо имеет право на защиту, в ином случае это ведет к нарушению данного права.

В целях урегулирования возникших отношений, необходимо распространить подобную практику и в России, придав виртуальным объектам статус имущества в виде объектов права собственности особого рода.

Таким образом, включение игрового имущества в гражданский оборот вызовет скачок развития гражданского законодательства, что положительно скажется на всех отраслях права, тем самым обеспечиться надлежащая правовая защита лиц, проводящие большую часть времени в виртуальных мирах, как обычных пользователей, так и киберспортсменов.

Список литературы

1. Гаразовская Н. В., Виртуальное имущество в играх: перспективы правового регулирования. - E-Scio. – 2020. – 15 с.
2. Левинзон В. С., Митин Р. К. Правовое регулирование виртуального имущества. - Закон и право. – 2020. - 42 с.
3. Смирнова Т. С., Игровые объекты MMORPG как вещи и объекты гражданских прав. – Государство и право: теория и практика: материалы VI Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, апрель 2020 г.). – 2020. - 6 с.

ИНСТИТУТ ДОБРОСОВЕСТНОГО ПРИОБРЕТАТЕЛЯ-ДОКАЗЫВАНИЕ И ПОСЛЕДСТВИЯ ПРИЗНАНИЯ ЛИЦА ДОБРОСОВЕСТНЫМ ПРИОБРЕТАТЕЛЕМ

Е.В. Турбина
Новосибирский государственный университет
экономики и управления «НИНХ»
eturbina409@gmail.com

В данной работе будет проанализирован институт добросовестного приобретателя как одного из важнейших цивилистических институтов, который стабилизирует гражданский оборот. Актуальность данного института прослеживается уже многие годы, ведь даже в советский период последний был зафиксирован в кодифицированных актах. Также будет затронуто бремя доказывания, которое позволит прийти к выводу о том, что стороны находятся в состязательном процессе, и какие аспекты позволяют доказать факт добросовестного приобретения. При этом будут выявлены последствия признания лица добросовестным приобретателем, которых на данный момент существует достаточно большое количество.

Ключевые слова: добросовестный приобретатель, цивилистический инструмент, бремя доказывания, виндикационный иск, право собственности, добросовестное владение

This paper will analyze the institute of good faith purchaser as one of the most important civilistic institutions that stabilizes civil turnover. The relevance of this institute has been traced for many years, because even in the Soviet period the latter was fixed in codified acts. The burden of proof will also be touched upon, which will allow to come to the conclusion that the parties are in an adversarial process, and what aspects allow to prove the fact of bona fide acquisition. At the same time it will be revealed the consequences of recognizing a person as a bona fide purchaser, which at the moment there are quite a large number of them.

Keywords: bona fide purchaser, civilistic tool, burden of proof, vindication suit, ownership right, good faith possession

Актуальность темы заключается в том, что права собственности является одним из ключевых вопросов в защите вещных прав, в том числе и добросовестное приобретение. Это неудивительно, ведь главной фигурой в рыночной экономике является собственник, права которого подлежат защите. При этом также добросовестность, закрепленная в ст. 10 ГК РФ, играет роль одного из важнейших принципов гражданских правоотношений.

В данной работе будут обозреваться проблемные вопросы, касающиеся аспектов доказывания добросовестного приобретения, а также последствия признания лица добросовестным приобретателем.

Путем выявления аспектов, подлежащих доказыванию добросовестного приобретения, для удовлетворения виндикационного иска, а также выявлению последствий, с которыми сталкивается добросовестный приобретатель позволит сделать вывод о том, что исследуемый институт является неотъемлемой частью гражданского оборота.

Стоит отметить мнение К. Д. Кавелина, который отмечал: «Нельзя одинаковым образом применять правила к нарушителю (недобросовестному владельцу) и к тому, кто им не был (добросовестному владельцу), хотя и тот и другой должны отдать вещь тому, кто имеет на нее право» [4].

Институт добросовестного приобретателя известен отечественному гражданскому законодательству уже достаточно давно и, в частности, был закреплен в кодифицированных актах советского периода: в ГК РСФСР 1923 г., ГК РСФСР 1964 г. В ныне действующем гражданском законодательстве встречаем легальную дефиницию добросовестного приобретателя, коим законодатели официально именуют лицо, приобретшее имущество у других лиц, которые не имели прав на его отчуждение, о чем добросовестный приобретатель не знал и знать не мог (п. 1 ст. 302 ГК РФ). В рамках добросовестного владения, владелец имущества не осознаёт и не мог осознавать незаконность своего владения (он обычно не знает, что фактический отчуждатель вещи не обладал правомочием на её отчуждение).

Также достаточно подробное определение добросовестного приобретения дано К.В. Храмовым, определяющим добросовестное приобретение как «незнание приобретателя субъективного гражданского права об обстоятельствах, препятствующих или исключających возможность приобретения» [8].

Для того, чтобы оценить потенциал удовлетворения виндикационного иска к добросовестному приобретателю объекта гражданских прав потребуются доказывание нижеследующих аспектов.

Стоит определить, выбыла ли вещь из владения титульного владельца без учёта его волеизъявления или с учетом волеизъявления. Если вещь изначально выбыла у собственника по его воле и на законных основаниях, он не вправе истребовать его у добросовестных приобретателей. Ведь последние в данном случае действовали с субъективной стороны безусловно в отличие от самого собственника, который повел себя неосмотрительно, выбирая партнёра по сделке. В таких случаях собственники не лишаются права на истребование возмещения убытков, которые причинены им такими недобросовестными контрагентами. В данной ситуации речь идет об ограниченной виндикации в отношении добросовестных приобретателей чужих вещей [6].

Если же имущество первоначально было утеряно собственниками, похищено у них или выбыло из их владения иным путем помимо их воли, то такое имущество можно виндцировать у добросовестных владельцев, даже получивших его на возмездной основе (п. 1 ст. 302 ГК РФ). Именно в этом

случае интересы собственников получают приоритет перед добросовестными приобретателями с точки зрения их защиты [6].

Далее следует уточнить, возмездно или безвозмездно приобретена вещь. Возможно истребовать вещь у добросовестного приобретателя, когда вещи были получены последним на безвозмездной основе (п. 2 ст. 302 ГК РФ), так как это не нанесет им имущественного убытка, но вместе с тем – восстановит нарушенное право собственности или иное вещное право. Когда вещи были получены добросовестными приобретателями на возмездной основе, но при особом способе выбытия имущества у собственников (титulyных владельцев), возможно истребовать, следуя тем нюансам, о которых было упомянуто в первом аспекте.

Заключительным аспектом является установление такого факта как осознавал или нет приобретатель вещи, что она приобретается у лица, которое было не правомочно её отчуждать. Приобретателя можно признать добросовестным, если к моменту совершения сделки (осуществление расчетов) у него отсутствуют разумные основания считать, что имуществом распоряжается лицо, которое не обладает легальным правом ее отчуждать. Прежде всего, приобретателем должна быть проявлена та степень заботливости и осмотрительности, какая от него требуется характером обязательств и условиями гражданского оборота, включая принятие необходимых мер, направленных на проверку такого фактора как юридическая чистота сделки (в том числе – в части выяснения правомочий контрагента по отчуждению вещи). К примеру, в сделках с недвижимостью покупатель, чтобы считаться добросовестным, должен: а) удостовериться личность отчуждателя недвижимого имущества (полномочия его представителей); б) проверить личности последнего по ЕГРП; в) проверить, есть ли какие-либо обременения объекта недвижимости или судебный спор; г) провести осмотр приобретаемой недвижимости, выяснить наличие фактических пользователей и т.п. Сомнение у добросовестных приобретателей должен породить, например, факт частой смены собственников недвижимого имущества, его заниженная стоимость (по сравнению со среднерыночными значениями) и ряд других нетипичных условий сделки.

Достаточно активная роль в доказывании предоставляется как истцу, так и ответчику. В п. 38 Постановления Пленума № 10/22 указано, что собственник вправе представить доказательства, опровергающие возражение приобретателя о добросовестности, доказав, что при совершении сделки приобретатель должен был усомниться в праве продавца на отчуждение имущества. В силу п. 39 Постановления Пленума № 10/22 собственник независимо от возражений ответчика о добросовестности также доказывает факт выбытия имущества из его владения или владения лица, которому оно передано, помимо воли. Таким образом, право собственника (истца)

представлять доказательства в опровержение добросовестности ответчика основано на общем праве стороны в состязательном процессе [3].

Далее мы рассмотрим некоторые юридические последствия признания лица добросовестным приобретателем, к которым относятся следующие:

Невозможность истребования возмездно приобретенной покупателем вещи по иску собственника, который выразил волю на ее отчуждение [8]. Так, например, если сделка по распоряжению вещью формально совершена неуполномоченным лицом (в том числе после отзыва доверенности или при ее неправильном оформлении), но соответствовала воле собственника, который знал о факте продажи имущества и желал этого, соответствующее имущество не может быть истребовано у добросовестного приобретателя [5];

Невозможность предъявления собственником требований о возмещении доходов, которые были добросовестный приобретатель извлечены или должны быть извлечены за весь временной период владения до того момента, когда последний узнал или должен был узнать о неправомерности своего владения или получил повестку по иску собственника о возврате имущества (ч. 1 ст. 303 ГК РФ);

Предоставление добросовестному владельцу права оставить за собой произведенные им отделимые улучшения либо права требовать возмещения произведенных на улучшение затрат (ч. 3 ст. 303 ГК РФ);

Невозможность применения к правоотношениям сторон общих положений п. 2 ст. 167 ГК РФ о последствиях недействительности сделки в виде двусторонней реституции без учета положений ст. 302 ГК РФ;

Возникновение оснований для освобождения имущества от ареста. При этом по смыслу п. 2 ст. 174.1, п. 5 ст. 334, абз. 2 п. 1 ст. 352 ГК РФ в случае отчуждения арестованного имущества добросовестному приобретателю основание для освобождения имущества от ареста возникает независимо от того, совершена такая сделка до или после вступления в силу решения суда, которым удовлетворены требования кредитора или иного управомоченного лица, обеспечиваемые арестом.

Кроме того, применительно к конкретным видам правоотношений законом могут быть предусмотрены и другие (специальные) правовые последствия добросовестного приобретения имущества [7]. Например, п. 3 ст. 147.1 ГК РФ устанавливает запрет на истребование от добросовестных приобретателей предъявительских ценных бумаг независимо от того, какое право они удостоверяют, а также ордерных и именных ценных бумаг, удостоверяющих денежное требование, даже в том случае, когда они выбыли из владения правообладателей помимо их воли.

В процессе рассмотрения виндикационных исков, добросовестность приобретателей (точнее говоря – степень добросовестности) входит в предмет доказывания в качестве основного элемента, представляя собой обстоятельство, имеющее значение для дела, которое суд в силу ч. 2 ст. 56 ГПК РФ определяет и выносит на обсуждение, даже если стороны на них не

ссылались. [7] По этим причинам является излишним предъявлять иски (или встречные иски) требования о признании покупателей добросовестными приобретателями (как и об опровержении их добросовестности), так как релевантные факты должны быть надлежаще установлены и доказаны сторонами при разрешении споров о праве в отношении такого имущества.

В заключении стоит отметить то, что собственники и добросовестные приобретатели могут защищать свои права и законные интересы в равной степени. Институт добросовестного приобретателя призван сбалансировать интересы титульных владельцев вещей и их последующих приобретателей в ситуации, когда вещь отчуждена в отсутствие согласия титульного владельца. Рассматриваемый институт – важный цивилистический инструмент, стабилизирующий гражданский оборот, устанавливающий единообразные «правила игры» и юридические последствия добросовестного приобретения чужой вещи (в т. ч. обремененной) в ситуации пороков воли собственников.

Список литературы

1. Постановление Конституционного Суда РФ от 21.04.2003 № 6-П «По делу о проверке конституционности положений пп. 1 и 2 ст. 167 ГК РФ» // ВКС России. – 2003. – № 3.
2. Постановление Пленума Верховного Суда РФ N 10, Пленума ВАС РФ N 22 от 29.04.2010 (ред. от 12.12.2023) "О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при разрешении споров, связанных с защитой права собственности и других вещных прав" // Бюллетень ВС РФ. – 2010. – № 7.
3. Жанаев Э. Б. Правовое положение добросовестного приобретателя права // Молодой учёный. – 2023. – № 50 (497). – С. 195-200.
4. Кавелин К. Д. Права и обязанности по имуществам и обязательствам в применении к русскому законодательству. СПб.: Типография М. Стасюлевича. – М.: 1879. – 237 с.
5. Колесникова, М. М. Конституционная защита прав добросовестного приобретателя // Госуд. власть и местн. самоуправление. – 2021. – № 6. – С. 10-13.
6. Метревели, М.Г. Особенности признания ответчика по виндикационному иску добросовестным приобретателем // Юридический факт. – 2023. – № 18. – С. 42-44.
7. Травина, О.В. Добросовестный приобретатель. Защита прав. Практика применения // Право и экономика. – 2023. – № 1 (299). – С. 15-18.
8. Храмов К. В. Критерии оценки добросовестности приобретателя имущества в судебно-арбитражной практике // Право и экономика. – 2007. – № 6. – С. 116-119.

ПРОБЛЕМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ НАСЛЕДСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ С ИНОСТРАННЫМ ЭЛЕМЕНТОМ

А.Е. Козлова, Е.Г. Холмова
Новосибирский государственный университет
экономики и управления «НИНХ»
e.g.holmova@edu.nsuem.ru, anesthesia9996@gmail.com

Текст данной статьи основывается на рассмотрении ситуаций в наследственных отношениях, которые осложнены иностранным элементом. Формирование данного института началось ещё с древнейших времён и сохранение некоторых норм, является достаточно величественно. Также, в данной научной работе, проводится сравнительный анализ норм наследственного права, закреплённых в Гражданских кодексах Российской Федерации и Республике Франции. Рассмотрение проблематики в наследственных отношениях, осложнённых иностранным элементом, является актуальной темой на протяжении долгих лет, ведь изменения в мире происходят регулярно.

Ключевые слова: наследственные отношения, наследственное право, коллизионное право, наследование, международное частное право, гражданский кодекс

The text of this article is based on the consideration of situations in inheritance relations that are complicated by a foreign element. The formation of this institution began in ancient times and the preservation of some norms is quite magnificent. Also, in this scientific work, a comparative analysis of the norms of inheritance law enshrined in the Civil Codes of the Russian Federation and the Republic of France is carried out. Consideration of the problems in inheritance relations complicated by a foreign element has been a relevant topic for many years, because changes in the world occur regularly.

Keywords: inheritance relations, inheritance law, conflict of laws, inheritance, private international law, civil code

Наследственное право – достаточно древняя отрасль права, зарождение которой началось с поэтапного становления и развития родоплеменных связей. Регламентация различных правовых отношений в сфере наследования начала появляться в законах древнего мира. К примеру, законодательный свод царя Хаммурапи 1750 года до нашей эры, первостепенной формой наследования которого, являлось наследование по закону: сыновья умершего независимо от своего возраста делили наследство в равных долях. А доли умершего сына делили его дети, то есть внуки наследодателя, которые также приобретали поровну наследуемое имущество. Усыновленные приёмные наследники также могли участвовать в процедуре наследования, на вполне

равных основания с родными детьми, но при условиях, что последние были признаны отцом.

Следующий закон, в котором начались предпосылки наследственного права – «Закон Солона» VI века до нашей эры. В нём закреплялись нормы наследования по завещанию, а также устанавливался принцип свободы завещания. Но в отличие от закона царя Хаммурапи данный закон призывал к наследованию в первую очередь сыновей, и лишь при их отсутствии в наследование могли вступить дочери умершего.

Также в 450 году до нашей эры в результате упорной борьбы плебеев за свои права был создан «Закон XII» в Древнем Риме. В целом правовая система Древнего Рима была основой для дальнейшего развития института наследования в законодательствах современных государств. Данный законодательный свод признавал передачу наследуемого имущества, как по закону, так и по завещанию, так, без завещания имущество распределялось по закону, что существует, и по сей день. На наследственное имущество могли рассчитывать лишь ближайшие кровные родственники на момент смерти наследодателя. Также важно учесть, что согласно данному источнику права было признано только агнатское родство. Одним из самых важных предписаний в указанном своде, которое сохранилось на века, являлось то, что завещание было несовместимо с наследованием по закону, если говорить об имуществе одного и того же наследодателя. Относительно данной конструкции, наследодатель назначал своего приемника на некоторую часть имущества, а иные наследники по закону, не могли иметь требований на остальную часть имущества. Всё наследуемое имущество доставалось тому самому избранному наследодателем.

История становления наследственного права в российском законодательстве берёт свои начала с «Русско-византийского договора 911 года», в котором одновременно сочетались институт церкви и византийское право, что уже позволяет нам видеть картину международно-правового значения. Последующее становление наследственного права отражается в таких документах, как «Русская Правда» - где было определено возможное для наследования имущество, «Псковская судная грамота» - установлено разграничение наследования по закону и по завещанию, «Сборное уложение 1649 года» - закрепление двух порядков наследования – в свободном и ограниченном распоряжении, и многие другие документы, имеющие значение для истории нашего государства.

Несмотря на то, что наши предки, сделали огромный вклад в становление достаточно важного института гражданского права - наследственного права, наше государство и по сей день вносит коррективы в законодательство, тем самым совершенствуя его. Так, 1 июня 2019 года была введена возможность совершения совместных завещаний и заключения наследственных договоров. Из последних новелл, весной 2023 года, были введены достаточно не простые

правовые конструкции, а именно наследственные договоры и личные наследственные фонды.

В целом развитие наследственного права, переплетающегося с международным частным правом, берёт свои начала с эмиграции населения, в связи с различными историческими событиями. В настоящее время вопрос регулирования наследственных отношений, осложнённых иностранным элементом, остается всё также открытым. Следствием популярности данной проблематики в настоящее время, является всё та же эмиграция, связанная экономическим, социальными и политическими казусами в стране и по всему миру.

Согласно статистике МВД за 9 месяцев 2023 года, о получении гражданства или вида на жительства в других странах, уведомили 68 000 россиян, что превышает в 2 раза соответствующий период за 2022 год.

Во Франции же, активная миграция началась ещё с 1950 годов. Согласно статистике, за 2023 год Франция занимает 10 место по количеству чистой миграции, число такой миграции составляет 67 761 человек, по сравнению с 2022 годом, возросла не значительно, лишь на 1000 человек.

Соответственно миграция населения порождает те самые вопросы о том, как быть с наследственным имуществом, по какому законодательству следует действовать сторонам наследования, ведь правовые системы различный. Также трудности могут возникать у нотариусов, как открывать и оформлять наследственные дела, у судей, разрешение споров, вытекающих из наследственных правоотношений. В данном случае, я считаю, необходимо прибегнуть к применению коллизионного права. Ведь с помощью данной совокупности институтов национального и международного права при совершении подобного рода сделки, будет необходимым рассмотрение судебной практики, законодательства со стороны двух, а может быть и трёх государств.

Нормы о наследовании содержатся в гражданском кодексе, как в Российской Федерации, так и во Французской Республике. Также стоит отметить, что и в первом, и во втором государстве, законодатель разделяет наследование на два вида, а именно, наследование по закону и наследование по завещанию. Здесь мы можем заметить сохранение законодательного свода из Древнего Рима. Но, не смотря на некую схожесть в рассматриваемом институте, между двумя вышеупомянутыми государствами, различия всё же имеются.

К примеру, рассматривая правовое положение об очередности наследования в Гражданском кодексе Республики Франции, можно заметить, что законодатель, по первой очередности наследования указывает на детей и внуков, когда как в Гражданском кодексе Российской Федерации, внуки, по первой очередности могут вступить в наследство лишь по праву представления. А вот родители умершего, по французскому законодательству могут наследования лишь по второй очередности, в отличие от

первостепенной очерёдности наследования российского законодательства. Также как и родители родителей умершего по Российскому праву могут унаследовать по второй очереди, но во Франции их относят уже в третью очерёдность наследования.

Согласно Гражданскому кодексу Российской Федерации, а также обращая внимание на коллизионное право собственности, по общему правилу, местонахождение вещи, в частности недвижимого имущества, будет определено по праву страны, где находится то самое, наследуемое имущество. Наследственные отношения также будут определяться по праву страны, где завещатель имел последнее место жительства. Следовательно, можно сделать вывод о том, что если гражданин Российской Федерации до своей смерти пребывал во Французской Республике, то наследуемое его родственниками, имущество, будет определяться по праву последней страны. Но несмотря на то, что наследуемым имуществом может быть не только недвижимое имущество, но и движимое, возникает вопрос, по какому законодательству следует регулировать такие наследственные отношения, ведь движимое имущество, в прямом смысле данного слова, может быть перевезено в иное государство. Относительно движимого имущества всё предельно ясно, но, несмотря на это, недвижимое имущество, также может быть перенесено, в связи с изменением территорий границ государств. К примеру, после изменений территорий границ Российской Федерации, а именно присоединение Республики Крым, картотека судебной практики пополнилась судебными решениями о делах по наследованию недвижимого имущества, ранее находящегося на территории Республики Украины.

Список литературы

1. О внесении изменений в статью 256 части первой и часть третью Гражданского кодекса Российской Федерации: Федеральный закон от 19.07.2018 № 217-ФЗ // Собр. законодательства РФ 23.07.2018. № 30. Ст. 4552.
2. Кашинская Н., Васягин Л., Верхолетов Л., Памятники римского права: Законы 12 таблиц. Институции Гая. Дигесты Юстиниана. – М.: Зерцало. – 1997. – 608 с.
3. Кириллова Е.А., Наследственное право России. Учебное пособие. – М.: РЭУ им. Г.В. Плеханова. – 2017. – 157 с.
4. Ростовцева Н.В. Наследование по праву представления в России и Франции: сравнительное исследование. Право. - Журнал Высшей школы экономики. – 2021. – Т.13. – № 4.

**КОМФОРТНАЯ СРЕДА
И УСТОЙЧИВОЕ
ТЕРРИТОРИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ**

СЕКЦИЯ

ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА МОНИТОРИНГА И АНАЛИЗА
ВНЕУЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КУРСАНТОВ СИБИРСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ВОДНОГО ТРАНСПОРТА

А.Р. Литвиненко, В.Д. Янголь, К.В. Катковская
Сибирский государственный университет водного транспорта
arlitvinenko@mail.ru, vladislav.yangol@yandex.ru

В данной статье представлено исследование систем контроля внеучебной активности обучающихся, с основным фокусом на процессах посещения общежития и столовой. Цель исследования заключается в разработке и анализе модулей системы мониторинга и анализа, включая модуль «Общежитие» и модуль «Столовая». Результаты исследования могут быть полезны для оптимизации управления общежитиями и столовыми, обеспечивая эффективное использование ресурсов и повышение качества обслуживания студентов. Дополнительно, статья расширяет представление о применимости данных систем в аспекте улучшения студенческой жизни и повышения общей эффективности учебного процесса.

Ключевые слова: мониторинг, контроль, анализ, информирование, управление

This article presents a study of student non-academic activity monitoring systems, with a primary focus on the processes of dormitory and cafeteria visitation. The research aims to develop and analyze monitoring and analysis system modules, including the «Dormitory» and «Cafeteria» modules. The findings of the study can be beneficial for optimizing the management of dormitories and cafeterias, ensuring efficient resource utilization, and enhancing student service quality. Additionally, the article expands the understanding of the applicability of these systems in improving student life and overall educational process efficiency.

Keywords: monitoring, control, analysis, information, administration

В современном высшем образовании большое значение уделяется не только учебным, но и внеучебным аспектам жизни студентов. Все большее распространение получают системы мониторинга и анализа внеучебной деятельности учащихся. Такие системы позволяют не только контролировать процессы, происходящие вне учебного зала, но и анализировать их, выявляя проблемы и принимая адекватные меры по их решению. В статье

рассматривается система мониторинга и анализа внеучебной деятельности курсантов института «Морская академия».

Прежде всего, стоит отметить, что система мониторинга и анализа внеучебной деятельности курсантов представляет собой комплексный подход, включающий в себя несколько модулей, каждый из которых отвечает за определенную сферу жизни курсантов. В данной статье рассматриваются два из этих модуля: «Общежитие» и «Столовая».

Рассмотрим предметную область характерную для модуля «Общежитие». Предметная область общежития курсантов института охватывает широкий спектр аспектов, начиная от предоставления жилого пространства и инфраструктуры до обеспечения безопасности, управления и социальной поддержки студентов. Общежитие играет важную роль в жизни курсантов, предоставляя не только место для проживания, но и создавая социальную среду, способствующую их развитию и успешному обучению.

Основные компоненты предметной области включают в себя управление и администрирование, безопасность, правила проживания, социальную среду и учет посещаемости. Одним из ключевых аспектов является контроль посещаемости, особенно в контексте поддержания дисциплины и безопасности. Таким образом, эффективное функционирование общежития курсантов института требует комплексного подхода.

Актуальность создания системы обоснована необходимостью эффективного контроля за соблюдением дисциплины курсантами в общежитии. В настоящее время существует система контроля доступа через турникет на первом этаже здания, однако для студентов «Морской академии» предусмотрена дополнительная вахта на верхних этажах, для которой требуется разработать систему мониторинга и контроля посещений. Создание такой системы позволит автоматизировать процесс проверки присутствия курсантов, оперативно выявлять нарушения и предпринимать меры для их устранения. Это будет способствовать более эффективному управлению дисциплиной в общежитии и обеспечит более высокий уровень безопасности и порядка.

Для определения необходимых функций был проведен анализ программного обеспечения крупной компании, занимающейся разработкой систем контроля и управления доступом. Компания «ААМ Системз», известная своим программным комплексом «APACS 3000» [1], является лидером в области создания надежных систем контроля доступа [2]. Анализ программного обеспечения компании дал возможность выделить необходимые функции для разрабатываемой системы. Эти функции должны быть адаптированы под специфику общежития и потребности курсантов. Важно, чтобы система обеспечивала надежный контроль доступа, позволяла анализировать активности курсантов в общежитии и оперативно реагировать на нарушения.

Далее рассмотрим предметную область модуля «Столовая». Столовая Сибирского государственного университета водного транспорта (СГУВТ) играет ключевую роль в обеспечении питания курсантов морской академии в течение учебного дня. Расположенная в главном здании университета, столовая предназначена для удовлетворения потребностей курсантов в питании и работает в определенное время, установленное администрацией института.

Отслеживание посещаемости столовой курсантами является важным аспектом в управлении учебным процессом и обеспечении благополучия курсантов. Во-первых, оно позволяет убедиться, что курсанты получают необходимое питание в течение учебного дня, поскольку питание является важным фактором здоровья и благополучия курсантов. Отслеживание посещаемости столовой помогает определить, какие курсанты могут нуждаться в дополнительной помощи или поддержке.

Во-вторых, отслеживание посещаемости столовой может помочь в планировании и управлении ресурсами столовой. Администрация института может использовать данные о посещаемости столовой для определения необходимости в поставках пищи, персонала и оборудования. Кроме того, отслеживание посещаемости может помочь в планировании меню и обеспечении разнообразия блюд, которые будут привлекательны для курсантов.

В-третьих, отслеживание посещаемости столовой может помочь в оценке эффективности работы столовой и внесении необходимых изменений. Администрация института может использовать данные о посещаемости для определения удовлетворенности курсантов столовой и внесения необходимых изменений в меню, услуги и организацию работы столовой.

Система мониторинга питания курсантов позволит обеспечить оптимальное питание, помочь в адаптации к строгому распорядку дня и установить стандарты, гарантируя подотчетность за предоставление здоровой и питательной пищи.

Существуют несколько методов отслеживания посещения столовой курсантами, каждый из которых имеет свои преимущества и недостатки. Ниже приведены некоторые из наиболее распространенных методов:

- Карточки или жетоны: курсанты получают карточки или жетоны, которые они должны предъявить при посещении столовой. Этот метод позволяет отслеживать, кто и когда посещал столовую, а также определять, сколько раз в день или в неделю посещает столовую каждый курсант.
- Электронные карты: вместо карточек или жетонов курсанты могут использовать электронные карты, такие как смарт-карты или RFID-браслеты. Эти карты можно читать на расстоянии, что ускоряет процесс прохождения в столовую и упрощает отслеживание посещений.
- Самообслуживание: курсанты могут сами регистрировать свое посещение столовой, например, записывая себя в список или отмечая себя в

специальном приложении на своем смартфоне. Этот метод позволяет курсантам самостоятельно контролировать свое питание и упрощает отслеживание посещений для администрации.

- Биометрические данные: в качестве альтернативы использованию карточек или жетонов можно использовать биометрические данные, такие как отпечатки пальцев или распознавание лиц. Этот метод позволяет идентифицировать курсантов с высокой точностью и упрощает отслеживание посещений, но может вызвать опасения по поводу конфиденциальности и обработки персональных данных.

Каждый из этих методов имеет свои преимущества и недостатки, и выбор метода должен основываться на конкретных потребностях и возможностях каждой конкретной морской академии. Кроме того, независимо от выбранного метода, важно уважать конфиденциальность и право на личную жизнь курсантов, соблюдая законодательство в области конфиденциальности данных и обеспечивая прозрачность и открытость системы отслеживания посещений столовой.

Система мониторинга посещений столовой должна быть разработана с учетом конкретных потребностей и возможностей каждого учебного заведения, с учетом законодательства в области конфиденциальности данных и обеспечения прозрачности и открытости системы отслеживания посещений столовой.

В результате рассмотрения предметной области и актуальности двух модулей, можно определить следующие функции системы мониторинга посещений и анализа:

- Управление доступом:

В модуле «Общежитие» функция даёт осуществить возможность разграничения доступа для курсантов «Морской академии» и их гостей.

Для модуля «Столовая» - система должна ограничивать доступ к питанию лицам, которые не являются обучающимися или сотрудниками морской академии.

- Учёт времени:

В модуле «Общежитие» позволит фиксировать время входа и выхода курсантов и гостей общежития, а также контролировать время, которое гость находится в общежитие.

Для модуля «Столовая» - система должна фиксировать время посещаемости столовой каждого курсанта (время, когда курсант забирает порцию у работника столовой).

- Идентификация:

Для обоих модулей система должна иметь возможность идентифицировать курсантов. Руководством института «Морская академия» принято решения, что в качестве идентификатора необходимо использовать уникальные штрих-коды.

- Создание отчетов:

Для обоих модулей система должна иметь возможность создавать отчеты о посещениях, которые могут быть использованы администрацией.

Модули будут использовать общую базу данных на основе системы управления базами данных MySQL [3], которая предоставляет удобный доступ к информации, быструю обработку и поиск данных с помощью языка запросов SQL. База данных будет содержать минимальную информацию о курсантах, информация о посещаемости общежития и столовой, а также другую дополнительную информацию необходимую руководству для функционирования системы.

Система мониторинга и анализа внеучебной деятельности курсантов в морской академии представляет собой эффективное решение для отслеживания и анализа активности курсантов вне учебного процесса. Модули «Общежитие» и «Столовая» позволяют оперативно реагировать на возникающие проблемы и ситуации, автоматизировать рутинные задачи, оптимизировать использование ресурсов, улучшить качество жизни курсантов и создать более безопасную среду для обучения.

Список литературы

1. Рейтинг самых надежных СКУД отечественных производителей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.secuteck.ru/articles/rejting-samyh-nadezhnyh-skud-otechestvennyh-proizvoditelej> (дата обращения: 25.04.2024).
2. Возможности ПК APACS 3000 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.aamsystems.ru/programmnye_kompleksy/programmnyu_kompleks_apacs_3000/#tab4 (28.04.2024).
3. MySQL [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mysql.com/> (дата обращения: 28.04.2024).

ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ ФАКТОРНОГО АНАЛИЗА ДЛЯ ОЦЕНКИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ОБСТАНОВКИ

К.В. Шестакова, К.Б. Кулигина
Новосибирский государственный университет
экономики и управления «НИНХ»
shestakova.ksenia666@gmail.com

Данное исследование посвящено анализу экологической обстановки с применением метода факторного анализа. Целью исследования является выявление основных факторов, влияющих на экологическую ситуацию в

регионе. В ходе проведения исследования были получены три фактора на основе семи исходных признаков. Результаты исследования позволили выделить ключевые факторы, оказывающие наибольшее влияние на экологическую обстановку в Сибирском Федеральном округе.

Ключевые слова: факторный анализ, экология, экологическая ситуация

This study is devoted to the analysis of the environmental situation using the factor analysis method. The purpose of the study is to identify the main factors influencing the environmental situation in the region. During the study, three factors were obtained based on seven initial features. The results of the study made it possible to identify the key factors that have the greatest impact on the environmental situation in the Siberian Federal District.

Keywords: factor analysis, ecology, ecological situation

Для изучения экологической ситуации в Сибирском Федеральном округе, были найдены данные с официального сайта Росстата по нескольким признакам.

Нашей задачей было свести исходное число переменных, относящихся к имеющимся наблюдениям, к меньшему количеству независимых влияющих величин, которые мы будем в последствие называть факторами.

Для обнаружения этих факторов можно использовать процедуру факторного анализа. Его смыслом является обнаружение и интерпретация скрытых факторов за счет создания более компактных моделей данных и уменьшения размерности пространства переменных.

Среди признаков, описывающих экологическую обстановку рассматриваемого региона, были взяты:

- 1) Общая земельная площадь (тыс. га)
- 2) Выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух, отходящих от стационарных источников (тыс. тонн)
- 3) Улавливание загрязняющих атмосферу веществ отходящих от стационарных источников (тыс. тонн)
- 4) Использование свежей воды (миллионов кубических метров)
- 5) Объем оборотной и последовательно используемой воды (миллионов кубических метров)
- 6) Сброс загрязненных сточных вод в поверхностные водные объекты (миллионов кубических метров)
- 7) Расходы на охрану окружающей среды (в фактически действовавших ценах; миллионов рублей)

Таким образом матрица первичных данных X будет выглядеть следующим образом (Рисунок 1):

	Общая земельная площадь (тыс га)	Выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух, отходящих от стационарных источников (тысяч тонн)	Улавливание загрязняющих веществ отходящих от стационарных источников (тысяч тонн)	Использование снежной воды (млн кубических метров)	Объем оборотной и последовательно используемой воды (млн кубических метров)	Сброс загрязняющих сточных вод в поверхностные водные объекты (млн кубических метров)	Расходы на охрану окружающей среды (в фактически действовавших ценах; млн руб.)
Республика Алтай	9290,3	8	1	7	14	0,3	701
Республика Тыва	16860,4	9	6	39	9	6	1306
Республика Хакасия	6156,9	107	335	70	622	31	3272
Алтайский край	16799,6	195	1106	375	831	13	3433
Красноярский край	236679,7	2632	6345	1941	3276	299	95932
Иркутская область	77484,6	739	2817	964	2659	447	27357
Кемеровская область	9572,5	1593	3915	1474	4107	204	24244
Новосибирская область	17775,6	198	940	589	975	77	6842
Омская область	14114	165	1613	179	742	121	15176
Томская область	31439,1	160	691	373	696	163	7569

Рисунок 1. – Матрица первичных данных

Первым этапом процедуры факторного анализа является вычисление матрицы линейных коэффициентов корреляции на основе всех переменных, участвующих в анализе в программе MS Excel, обозначим ее буквой R (Рисунок 2). Данная корреляционная матрица будет использоваться для выделения компонент в первичном виде.

	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6	x_7
x_1	1	0,825	0,807	0,755	0,528	0,605	0,960
x_2	0,825	1	0,971	0,963	0,870	0,627	0,933
x_3	0,807	0,971	1	0,955	0,889	0,700	0,926
x_4	0,755	0,963	0,955	1	0,935	0,721	0,865
x_5	0,528	0,870	0,889	0,935	1	0,752	0,693
x_6	0,605	0,627	0,700	0,721	0,752	1	0,640
x_7	0,960	0,933	0,926	0,865	0,693	0,640	1

Рисунок 2. – Матрица корреляций R

Находим редуцированную матрицу, высчитывая элементы, стоящие на главной диагонали. В процессе расчета матрицы единицы, изначально стоящие на главной диагонали, заменяют общностями. Для этого найдем определители нескольких матриц последовательно убирая по одному фактору начиная с первого и заканчивая седьмым. Затем подставим полученные определители в формулу коэффициентов детерминации, используя также определитель общей матрицы.

Общность – это часть общей дисперсии признака i , которая объясняется факторами, общими для всех или некоторой части первичных признаков, причем для стандартизированных данных дисперсия каждого признака равна 1. Выбор общности является одной из проблем факторного анализа. Матрицу с общностями обозначим R_n (Рисунок 3):

	x ₁	x ₂	x ₃	x ₄	x ₅	x ₆	x ₇
x ₁	0,985	0,825	0,807	0,755	0,528	0,605	0,960
x ₂	0,825	0,996	0,971	0,963	0,870	0,627	0,933
x ₃	0,807	0,971	0,990	0,955	0,889	0,700	0,926
x ₄	0,755	0,963	0,955	0,980	0,935	0,721	0,865
x ₅	0,528	0,870	0,889	0,935	0,997	0,752	0,693
x ₆	0,605	0,627	0,700	0,721	0,752	0,971	0,640
x ₇	0,960	0,933	0,926	0,865	0,693	0,640	0,996

Рисунок 3. – Матрица с общностями R_h

Вторым этапом исследования является метод главных факторов, в ходе которого находятся главные компоненты или же оси, вдоль которых данные имеют наибольшую дисперсию.

Этот метод широко применяется в анализе данных, визуализации данных, сжатии данных и других областях, где требуется уменьшение размерности данных и выделение основной информации.

Для начала на основе матрицы R_h была найдена матрица в восьмой степени, затем посредством определенных манипуляций со строками и столбцами матрицы рассчитаны значения факторных нагрузок всех семи переменных. Мы остановились на восьмой степени, так как посчитав следующую шестнадцатую степень, были обнаружены абсолютные идентичные результаты расчетов показателей.

Процедура вычисления нагрузки компонент или общих факторов связана с определением собственных чисел и собственных векторов.

В вычислительных алгоритмах собственные векторы матрицы R_h обычно получают итеративным путем, начиная с некоторого начального решения – вектора α_0 , далее определяя вектор β_1 , умножая α_0 на редуцированную матрицу. Максимальный элемент вектора β_1 является очередным приближением к первому собственному числу матрицы R_h.

$$\lambda = \max(\beta_{1i})$$

Выполняя нормирование по максимальному элементу, мы получаем очередное решение α_1 , где

$$\alpha_{1i} = \frac{\beta_{1i}}{\lambda}$$

С вектором α_1 было проделано то же самое и получено новое приближение к собственному вектору α и первому собственному числу λ (Рисунок 4).

a'0	b'1	a'1	b'2	a'2	b'3	a'3	a1
1	1288750,846	0,873771216	1206945,116	0,873771216	1206945,116	0,873771216	0,856
1	1465170,218	0,993383295	1372165,956	0,993383296	1372165,956	0,993383296	0,973
1	1474929,39	1	1381305,648	1	1381305,648	1	0,980
1	1458856,699	0,989102739	1366253,199	0,989102739	1366253,199	0,989102739	0,969
1	1336127,373	0,905892433	1251314,333	0,905892432	1251314,333	0,905892432	0,887
1	1166798,617	0,791087781	1092734,018	0,79108778	1092734,018	0,79108778	0,775
1	1420606,034	0,963168843	1330430,563	0,963168843	1330430,563	0,963168843	0,943
1474929,39			1381305,648		1381305,648		

Рисунок 4. – Расчет факторных нагрузок первого фактора

Расчеты повторяются до тех пор, пока результаты последних итераций не начнут совпадать. Здесь значение 0,973 показывает, насколько сильно первый фактор коррелирует с количеством выбросов загрязняющих веществ, 0,980 – с улавливанием загрязняющих атмосферу веществ и так далее. На данном этапе нам необходимо найти максимальные значения факторных нагрузок.

Факторные нагрузки представляют собой коэффициенты, которые указывают на степень корреляции между измеряемыми переменными и базовыми факторами в факторном анализе. Они показывают, в какой мере каждая измеряемая переменная вносит вклад в конкретный фактор. Мы можем объединить в фактор использования обществом первичных природных ресурсов второй, третий и четвертый признаки. Факторные нагрузки отражают линейную корреляцию между переменными и факторами. Они не обеспечивают причинно-следственных связей между переменными и факторами. Таким образом, вклад первого фактора в общую дисперсию равен 48,79%.

Для понимания, нужно ли переходить к расчету следующего фактора обычно в качестве маркера используют сумму квадратов факторных нагрузок. В данном случае она равна 5,86. Следуя этой информации, переходим к расчету матрицы остаточных корреляций (Рисунок 5), вычитая из исходной редуцированной матрицы рассеяния, которая в свою очередь была получена перемножением строки и столбца факторных нагрузок.

0,252	-0,008	-0,031	-0,074	-0,232	-0,058	0,153
-0,008	0,050	0,018	0,020	0,006	-0,127	0,015
-0,031	0,018	0,030	0,006	0,020	-0,059	0,001
-0,074	0,020	0,006	0,042	0,075	-0,029	-0,049
-0,232	0,006	0,020	0,075	0,209	0,065	-0,145
-0,058	-0,127	-0,059	-0,029	0,065	0,371	-0,091
0,153	0,015	0,001	-0,049	-0,145	-0,091	0,106

Рисунок 5. – Матрица остаточных корреляций для первого фактора

Матрица остаточных корреляций будет использована для нахождения второго фактора.

По такой же технологии определяя факторные нагрузки во второй раз, мы можем увидеть, что с некоторым отрывом они преобладают для первого и пятого факторов, обобщением которых станет фактор повторного использования воды на территории данного региона. Его вклад в общую дисперсию сильно меньше предыдущего, и составляет 5,3%.

a'0	b'1	a'1	b'2	a'2	b'3	a'3	b'4	a'4	a1
1	-0,00076	-1	-0,0277	-1	-0,0266	-1	-0,02658	-1	-0,463
1	-0,00015	-0,19395	-0,00395	-0,14243	-0,00376	-0,14131	-0,00376	-0,14128	-0,065
1	-1,3E-05	-0,01721	0,000239	0,008621	0,000244	0,009181	0,000244	0,009194	0,004
1	0,000184	0,240908	0,007191	0,259627	0,006918	0,260034	0,006912	0,260043	0,120
1	0,000717	0,938055	0,025865	0,933789	0,024839	0,933697	0,024817	0,933695	0,432
1	0,000665	0,870019	0,020137	0,726994	0,019258	0,72389	0,019239	0,72382	0,335
1	-0,00055	-0,71916	-0,0193	-0,69686	-0,01853	-0,69638	-0,01851	-0,69636	-0,322
	0,000765		0,027699		0,026603		0,026579		

Рисунок 4. – Расчет факторных нагрузок второго фактора

На данном этапе работы следует снова высчитать сумму квадратов факторных нагрузок, чтобы понять, нужно ли переходить к расчету следующего фактора. В нашем случае она равна 0,64. Она меньше единицы, а это значит, что рассчитывать следующий фактор не нужно, но, чтобы удостовериться в полученной информации и получить более обобщающий ответ, нами было принято решение высчитать последний, третий фактор. Обнаруживаем, что довольно сильно отличается от других значение шестого признака, его мы определяем в фактор сброса загрязненных сточных вод в поверхностные водные объекты (Рисунок 5).

a'0	b'1	a'1	b'2	a'2	b'3	a'3	b'4	a'4	a1
1	3,29817E-05	0,37499	0,000226	0,37499	0,000226	0,37499	0,000226	0,37499	0,191
1	-3,56229E-05	-0,40502	-0,00024	-0,40502	-0,00024	-0,40502	-0,00024	-0,40502	-0,206
1	-2,04998E-05	-0,23308	-0,00014	-0,23308	-0,00014	-0,23308	-0,00014	-0,23308	-0,119
1	-2,32123E-05	-0,26392	-0,00016	-0,26392	-0,00016	-0,26392	-0,00016	-0,26392	-0,134
1	-2,746E-05	-0,31221	-0,00019	-0,31221	-0,00019	-0,31221	-0,00019	-0,31221	-0,159
1	8,79535E-05	1	0,000602	1	0,000602	1	0,000602	1	0,509
1	5,52842E-06	0,062856	3,78E-05	0,062856	3,78E-05	0,062856	3,78E-05	0,062856	0,032
	8,79535E-05		0,000602		0,000602		0,000602		

Рисунок 5. – Расчет факторных нагрузок третьего фактора

Его вклад в общую дисперсию равен 3,3%. Здесь так же, как и во втором факторе расчет матриц степени большей, чем восьмая не дает результатов отличных от тех, что получены в самом начале. Дальнейший расчет факторов не имеет смысла, так как сумма квадратов нагрузок факторов стала ещё меньше и равна 0,4. Таким образом, мы можем составить матрицу факторов (Рисунок 6):

№ фактора	зачемельная площадь	Выбросы загрязняющих веществ	Улавливание загрязняющих веществ	Использование свежей воды	Объем оборотной воды	Сброс загрязненных вод	Расходы на охрану окр. среды
1	0,85586	0,97302	0,97950	0,96883	0,88732	0,77487	0,94342
2	-0,46268	-0,06537	0,00425	0,12032	0,43200	0,33490	-0,32219
3	0,19071	-0,20599	-0,11854	-0,13422	-0,15878	0,50858	0,03197

Рисунок 6 – Матрица факторов

Чтобы обозначить итоговое число факторов, воспользуемся критерием Крайзера. Для первого фактора значение составило 5,855, для второго 0,635 и для третьего – 0,396. Существенным из них является лишь первый, потому что сумма его факторных нагрузок больше единицы.

Согласно критерию каменистой осыпи также можно выделить первый фактор.

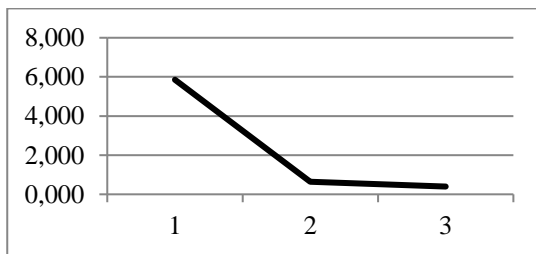


Рисунок 7. – Критерий каменистой осыпи

Такое же вывод можно сделать исходя из критерия доли воспроизводимой дисперсии: результатом для первого фактора стал показатель 48,8%, в то время как для двух других значения сильно меньше: 5,3% и 3,3%.

Проанализируем исходные данные по формуле Тэрстоуна:

$$m = \frac{2n + 1 - \sqrt{8n + 1}}{2}$$

В результате расчетов можно сделать вывод, что из исходных данных однозначно могут быть определены три фактора, что и было получено в процессе расчета первого фактора.

Таким образом, вместо исходного набора переменных, были получены три фактора. Это дает возможность анализировать данные по выделенным компонентам и выявить скрытые структурные закономерности в данных путем выявления факторов, объясняющих совместную вариацию между переменными.

Список литературы

1. Глинский В. В., Ионин В.Г., Статистический анализ: учебное пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение. – 2002. – 241с.
2. Егошин В.Л., Саввина Н.В., Гржибовский А.М. Анализ главных компонент и факторный анализ в программной среде R // West Kazakhstan Medical Journal. – 2020.
3. Катков К.А., Скорых Л.Н. Применение факторного анализа при исследовании продуктивных показателей у овец // Сельскохозяйственный журнал. – 2021.
4. Юдинцев А.Ю., Трошкина Г.Н. Исследование уровня социально-экономического развития регионов российской федерации методами многомерного анализа данных // Известия АлтГУ. – 2023.

ПЕРСПЕКТИВЫ ПЕРЕВОЗОК УГЛЯ ПО НАПРАВЛЕНИЯМ
(ЗАПАД, ЮГ, ВОСТОК).А.О. Калистратова, А.В. Глотко¹Сибирский государственный университет путей сообщения
ania.kalistratova@mail.ru

В статье авторы рассматривают перспективы и текущие ограничения в сфере логистики, что требует внимания в контексте развития угольной промышленности. Анализ новых возможностей перевозок угля в различных направлениях (запад, юг, восток) позволяет выявить потенциальность для развития данного сектора и оптимизации логистических процессов. Однако, существующие ограничения, такие как инфраструктурные проблемы, экологические ограничения, регулятивные акты и т.д., могут оказать существенное влияние на эффективность перевозок.

Ключевые слова: логистические процессы, ограничения, перспективы, эффективность

In the article, the author examines the prospects and current constraints in the field of logistics, which requires attention in the context of the development of the coal industry. The analysis of new opportunities for coal transportation in various directions (west, south, east) allows us to identify the potential for the development of this sector and optimization of logistics processes. However, existing constraints, such as infrastructure problems, environmental constraints, regulations, etc., can have a significant impact on transportation efficiency.

Key words: logistics processes, constraints, prospects, efficiency

Цель данной работы рассмотреть перспективы развития логистической системы в определенных направлениях и предложить меры по снижению влияния ограничений.

В целях регулирования ОАО «РЖД» логистики перевозок после 24 февраля 2022, было приостановлено действие ПНДП, принятого почти 20 лет назад. На смену документу пришли Временные правила очередности перевозок, которые в течение года корректировались несколько раз. В результате в принятом документе, был снижен приоритет в отношении перевозок энергетического угля до последней очереди (с 5-й до 6-й очереди) [6]. Временные правила, в том числе, были призваны обеспечить максимальный прием к перевозке грузов в рамках постановлений Правительства и других органов власти РФ, а также высвободить мощности Восточного полигона под грузы с более высокой добавленной стоимостью,

чем уголь, внутрироссийские перевозки, отправки предприятий, потерявших европейские рынки сбыта.

Как следствие, заявки на перевозку груза у многих компаний согласовываются в ограниченном количестве, согласованный объём нередко принимается к транспортировке с задержкой по срокам.

В новых правилах, разрабатываемых РЖД на 2024 год, в приоритете третьей очереди в новой редакции ПНДП останутся грузы на основании отдельных актов президента и правительства, то есть экспортный поток угля из Кузбасса, Хакасии, Бурятии, Тувы и Якутии на Восточном полигоне. При этом РЖД не заинтересованы в увеличении доли угля на Восточном полигоне, оценивая свои дополнительные доходы в 1 миллиард рублей в квартал, если перенести уголь «по соглашениям» из третьей категории в общую категорию для угля [7].

Принятый РЖД план на месяц по заявкам ГУ-12 — это инструмент оперативного планирования, который отражает текущие потребности клиента в перевозке продукции на предстоящий месяц, синхронизированные с возможностями перевозчика - РЖД (с учетом сезонности перевозок, проведения путевых работ и других факторов) [6].

Помимо принятого объема по ГУ-12 существует установленный технический план возможностей инфраструктуры, который не соответствует ГУ-12. В целом, объем по ГУ-12 превышает величину принятого техплана по перевозке угля в размере 20% в зависимости от направления и месяца перевозки.

Кроме этого, несколько лет назад был внедрен еще один инструмент планирования перевозок на сети РЖД – СКПП. Он дает возможность обеспечить более достоверное планирование и оказать оперативное влияние на выполнение погрузки, получить информация фактической недогрузки и объемах невывезенного груза. По сравнению с Техпланом объемы по СКПП обычно ниже на 10% в зависимости от периода и направления перевозки.

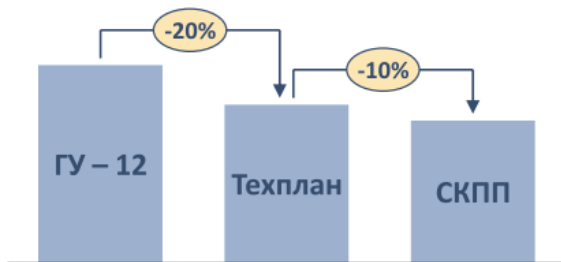


Рисунок 1 - Взаимосвязь ГУ-12, Техплана и СКПП по планируемому объему перевозки

Существующие особенности планирования перевозок РЖД осложняют выполнение плана по заявкам ГУ-12, в связи с:

1. Несоответствием объема перевозок по ГУ-12 и установленного технического плана возможностей инфраструктуры;
2. Принятием со стороны РЖД дополнительных планов перевозок, гораздо больше к запланированному изначально объему без изменения технического плана возможностей инфраструктуры.

На сети РЖД наблюдается ежегодное замедление оборота и снижение средней скорости движения грузового вагона. За период с января 2021 по декабрь 2023 средняя скорость на сети РЖД по всем родам подвижного состава снизилась на 25%, снижение маршрутной скорости грузовых поездов составило 21% (Рисунок 2. и Рисунок 3) [6].

Динамика изменения скорости грузовых вагонов на сети РЖД

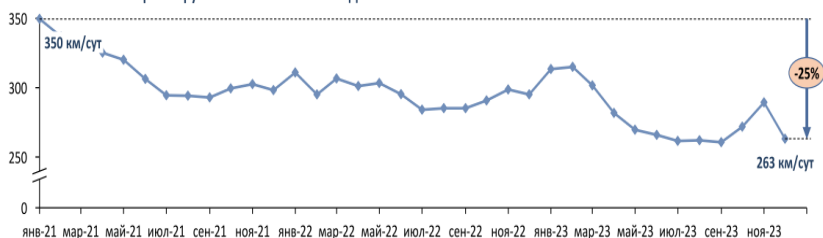


Рисунок 2 - Динамика изменения скорости грузовых вагонов

Динамика изменения маршрутной скорости грузовых поездов

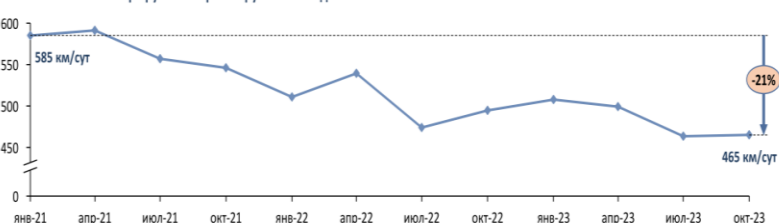


Рисунок 3 - Динамика изменения маршрутной скорости грузовых поездов

Существенное сокращение скорости на сети ОАО «РЖД» для грузоотправителя отражается на сроке доставки груза, возможен дефицит вагонного парка. У операторов снижается эффективность использования вагонного парка.

До 2022 года перевозки угля в Восточном направлении росли опережающими темпами по сравнению с прочими грузами (4,2% в год

против 1,9%). Однако, с 2022 года ситуация поменялась, рост перевозок угля растет медленнее перевозок на сети – 1,7% против 2,8% (Рисунок 4).

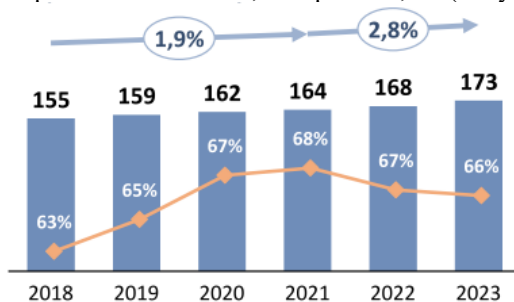


Рисунок 4 - Общий объем погрузки в Восточном направлении и доля угля, млн. тонн.

В общем объеме доля угольных перевозок сократилась с 68% в 2021 году до 66% в 2023 году. Происходит вытеснение угольных грузов контейнерными перевозками.

Ключевым индикатором захода на Восточный полигон с дорог, расположенных западнее Красноярской железной дороги, является стык Тайшет.

Объем перевезенных грузов через междорожный стык Тайшет в адрес припортовых станций и погранпереходов составляет порядка 87,3 млн. тонн в 2023 году, рост к уровню 2018 года – 2%. Объем перевезенного угля через стык Тайшет в адрес припортовых станций и погранпереходов снизился к уровню 2018 года на 9% до 59,7 млн тонн в год. При этом объем вывоза угля из Кузбасса на экспорт в восточном направлении регламентируется соглашением с РЖД и составляет в 2023 году 53,1 млн тонн, что ниже, чем указано в действующем распоряжении правительства РФ от 28.04.2021 №1100-р (63 млн тонн) [6].

Существенным сдерживающим фактором по росту общего объема перевозки грузов в Восточном направлении с Западно-Сибирской железной дороги является ограниченная пропускная способность инфраструктуры Восточного полигона. Также уголь конкурирует с другими грузами, преимущественно с контейнерными перевозками.

Северо-Западное направление

В Северо-Западном направлении наблюдается снижение объема погрузки, за последние 2 года среднегодовые темпы снижения были на уровне 1,7%. При этом, в сегменте угля отмечается незначительный рост погрузки, что обуславливает увеличение доли угля в общем объеме перевозок с 25,3% в 2021 году до 26,6% в 2023 году.

Помимо угля рост погрузки на Северо-Западном направлении характерен также для сегмента удобрений (+5,1%), нефтяных грузов, щебня, хлебных и

прочих грузов. Снижение погрузки отмечается для лесных грузов (-3,3%), руды (-2,4%), черных металлов.

Объемы перевозок угля на Северо-Запад демонстрируют низкую динамику по росту погрузки.

Азово-Черноморский бассейн

В адрес портов Азово-Черноморского бассейна наблюдается стабильная погрузка со среднегодовыми темпами роста на уровне 0,7%-0,8%. Погрузка угля в адрес портов АЧБ до 2022 года характеризовалась высокими темпами роста – 28,3% в год, однако в 2023 году растущий тренд изменился и произошло снижение объема погрузки угля. Соответственно, доля угля в общем объеме погрузки также снизилась с 24,2% в 2021 до 22,5% в 2023 году.

Рост доли по сегментам в общем объеме погрузки наблюдался в сегментах хлебных грузов (+3,5%) и удобрений (+0,8%). Погрузка угля существенно возрастала в 2019-2022гг., в основном за счет объемов погрузки в адрес порта Тамань.

Планы РЖД по развитию Восточного полигона

Первый этап расширения Восточного полигона был реализован в 2013–2018 гг. Второй этап программы реализуется с 2018 по 2024 г.

Реализация мероприятий пока идет с серьезным отставанием.

Второй этап предполагает строительство 263 объектов и увеличение провозной способности в 2024 г. до 180 млн. тонн. В течение 2023 г. В рамках проекта должно быть построено 138 объектов. По паспорту проекта провозные способности Восточного полигона уже в 2023 году должны были достигнуть 173 млн. тонн. В то же время, по данным РЖД, провозная способность Восточного полигона к концу 2022 года достигла 158 млн. тонн, однако фактически перевезенный в течение 2023 года объем составит только 150 млн. тонн.

В настоящий момент утвержден третий этап развития БАМ и Транссиб. Минтранс рассматривает возможность увеличения пропускной способности Восточного полигона до 255 млн. тонн к 2032–2033 годам. При этом, в 2027 году провозная способность должна достигнуть 197 млн. тонн.

Мероприятия по преодолению ограничений

1. Максимально эффективное использование парка. Работа с брошенными вагонами, развитие взаимоотношений с РЖД на центральном и местном уровне с целью повышения оперативности решения задач для управления собственным вагонным парком [1].

Повышение уровня маршрутизации порожних отправок. Это позволяет максимально быстро возвращать вагон под погрузку угля.

Сокращение времени простоя вагона в ремонте. Это позволяет минимизировать непроизводительное время работы вагона.

2. Обеспечение погрузки КРУ.

Поддержание на ЗСБ дополнительного порожнего парка. Это позволяет обеспечивать оперативную подачу вагонов под погрузку.

Использование твердых ниток графика.

3. Увеличение доли собственного подвижного состава, замещение привлеченного парка

4. Взаимодействие с Союзом операторов железнодорожного транспорта (СОЖТ). Взаимодействие с СОЖТ позволяет своевременно реагировать на рассматриваемые нормативные и правовые акты, конструктивно взаимодействовать с федеральными органами исполнительной власти, ОАО «РЖД» (в том числе – в части тарифного регулирования).

5. Развитие IT-технологий, направленное на повышение эффективности перевозочного процесса в части:

- автоматизации функций диспетчерского аппарата, планирования и контроля перевозочного процесса;
- совершенствования системы оперативной отчетности и анализа работы компании

Список литературы

1. Проблема последней мили в транспортной логистике. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dot-dot.ru/blog/problema-poslednei-mili-v-transportnoilogistike-1> (дата обращения: 27.03.2024).
2. Схема логистической цепи. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pinterest.ru/pin/610237818240610772/> (дата обращения: 10.04.2024).
3. Крыжановский Г. А. Моделирование транспортных процессов: учеб. пособие для вузов: допущ. УМО. СПб.: ГУГА. – 2014. – 264 с.
4. Денисенко В. А. Основы образовательной логистики. Калининград: Изд-во КГУ. – 2003. – 316 с.
5. Официальный сайт компании ОАО «РЖД». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://company.rzd.ru/> (дата обращения: 06.04.2024).
6. Информационное агентство РЖД-ПАРТНЕР.РУ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rzdpartner.ru/> (дата обращения: 07.04.2024).
7. Гераськин Андрей ММЛФ-2016: главные тренды прошлого года в российской логистической отрасли // Информационный портал для участников ВЭД [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://customsforum.ru/news/big/mmlf-2016-glavnye-trendy-proshlogo-goda-v-rossiyskoj-logisticheskoy-otrasli-544537.html> (дата обращения: 10.04.2024).
8. Савенков И. Тенденции рынка перевозок от транспортно-экспедиционной компании «ПЭК» на 2016 год [Электронный ресурс] // Специализированный научно-практический журнал «Логистика». – Режим доступа: <http://www.logistika-prim.ru/unpublish/tendencii-rynka-perevozok-ot-transportno-ekspedicionnoy-kompanii-pek-na-2016-god>. (дата обращения: 10.04.2024).

9. Плохих Ю.В., Губич М.Е. Перспективы и проблемы развития рынка транспортно-логистических услуг // Молодой ученый. – 2015. – № 9. – С. 684-686.

10. Лущик Анастасия Какие стартапы могут родиться из логистических проблем? [Электронный ресурс] // Семь тем про Умные Бизнес-Системы. – Режим доступа: <http://sbs7.ru/kakie-startapyi-mogut-roditsya-iz-logisticheskikhproblem/> (дата обращения: 10.04.2024).

СОВРЕМЕННОЕ КАФЕ С АЛЬТЕРНАТИВНЫМ ПРОИЗВОДСТВОМ

А.В. Мажарова, Е.Н. Димитриева,
Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
mazharova05@bk.ru

В работе исследованы возможности использования съедобной посуды в кафе, а также рассмотрен этот продукт как инновационное решение, которое может привлечь широкую аудиторию. Проведен анализ конкурентной среды в Новосибирске и уровень внедрения инноваций в производство продуктов питания в России. Исследованы возможности выхода на рынок с таким продуктом и какие перспективы для его развития существуют. В ходе исследования мы выявили несколько ключевых проблем: экологический кризис, необходимость устойчивого развития, инновационные технологии, затраты на производство и конкуренция.

Ключевые слова: Экологический кризис, экологически чистое производство, экологическая ответственность, инновации в общественном питании, эко ориентированные потребители, снижение экологического следа, биоразлагаемая посуда

The paper examines the possibilities of using edible glasses in cafes, and also considers this product as an innovative solution that can attract a wide audience. The analysis of the competitive environment in Novosibirsk and the level of innovation in food production in Russia is carried out. The possibilities of entering the market with such a product and what prospects exist for its development are investigated. During the research, we identified several key problems: the environmental crisis, the need for sustainable development, innovative technologies, production costs and competition.

Keywords: ecological crisis, environmentally friendly production, environmental responsibility, innovations in public catering, eco-conscious consumers, reduction of the environmental impact, biodegradable utensils

В современном мире всё больше внимания уделяется вопросам защиты окружающей среды. Проблемы изменения климата, загрязнения и истощения природных ресурсов требуют поиска новых, экологичных подходов к ведению бизнеса, в том числе и в сфере общественного питания.



**Рисунок 1 – Период разложения в природе(лет)
(составлен авторами на основе данных источника [1])**

Из рисунка 1 видно, что пластиковая бутылка разлагается 450 лет, алюминиевая банка — 200 лет, пластиковый стакан — 50 лет. Одноразовая пластиковая посуда наносит серьезный вред окружающей среде. Поэтому использование съедобной посуды — позитивный шаг. Они быстро растворяются в природе и не наносят ей вреда. Эта инициатива кафе вносит свой вклад в защиту окружающей среды и помогает бизнесу продвигаться на растущем рынке.

Исследование посвящено использованию съедобной посуды в кафе для привлечения экологически осознанных потребителей и снижения негативного влияния на окружающую среду. Были проанализированы конкурентная среда и возможности для позиционирования инновационного кафе со съедобной посудой в Новосибирске.

Новизна результатов заключается в предложении использования съедобной посуды как инновационного решения для привлечения экоориентированных потребителей и снижении негативного воздействия на окружающую среду. Это вносит вклад в развитие экологически ответственного бизнеса в сфере общественного питания.

Результаты исследования могут быть полезны предпринимателям, открывающим инновационные кафе и рестораны, экологическим организациям, государственным органам и научному сообществу, занимающемуся устойчивым развитием и экологической ответственностью бизнеса, эко-активистам.

Ежегодно в мире выбрасывается более 280 млн. тонн пластика [4], что представляет серьезную угрозу для окружающей среды. В связи с этим многие заведения начинают использовать биоразлагаемую посуду, такую как съедобные стаканчики из печенья, вафель или теста. Это помогает снизить

количество перерабатываемых отходов и уменьшению экологического следа.

Экологический кризис — это нарушение естественных природных процессов в биосфере, которое приводит к негативным изменениям в окружающей среде и угрожает здоровью людей и их благополучию [3]. Этот кризис стал вызовом для бизнеса и побудил предпринимателей пересмотреть привычные подходы к производству и потреблению.

Открытие кафе с съедобными стаканчиками — это составляющая движения к устойчивому развитию. Для этого нужны средства на оборудование, уникальные рецепты, обучение персонала и маркетинг. Главная статья расходов — инвестиции в инновационные экологически чистые технологии производства для обеспечения высокого качества продукции и снижения негативного воздействия на окружающую среду.

Статистические данные показывают, что в России растёт спрос на экологически чистые товары и услуги. За последние три года рынок экопродукции увеличился на 12% и в 2021 г. объём рынка органической продукции достиг почти 125 млрд. евро [5]. Удивительно, но россияне готовы платить больше за товары, которые производятся с минимальным ущербом для окружающей среды. Это говорит о том, что люди становятся более сознательными потребителями и выбирают компании, которые ответственно относятся к экологии.

На рынке Новосибирска высокая конкуренция - За 2023 г. в Новосибирской области количество заведений общепита выросло на 7,3% — до более 3,9 тыс. [6]. Чтобы выделиться, важно предложить уникальное и обеспечить высокое качество продукта. Открытие эко-кафе в Новосибирске с использованием съедобной посуды может быть перспективным, несмотря на трудности. С грамотной реализацией проекта и учётом рекомендаций, он сможет занять свою нишу на быстро растущем рынке и привлечь лояльных клиентов, ценящих экологичный образ жизни.

Мы рассматриваем возможность аренды помещения в жилом комплексе «Чернышевский», который находится по адресу улица Фабричная, 65/1. Этот ЖК удобно расположен на основном транспортном потоке, в двух метрах от пешеходной дорожки и автомобильной дороги, рядом с круговым движением [2]. Помещение расположено в новом и перспективном ЖК, который находится в районе с плотной высотной застройкой и нехваткой торговых и сервисных предприятий. Наша целевая аудитория — это молодые семьи, подростки и представители старшего поколения, которые обладают хорошей покупательской способностью.

**Таблица 1 – Первоначальные инвестиции (руб.) –
(рассчитаны авторами исходя из средних затрат, характерных
для большинства кафе)**

Первоначальные инвестиции:	Сумма
Стоимость аренды - залог	107 800
Аппарат для производства съедобной посуды	50 000
Первоначальный запас сырья (кофе, мука, вода, специи)	180 000
10 обеденных столов и стульев	30 000
Обучение сотрудников	120 000
Барная стойка	25 000
Холодильное оборудование	45 000
Кассовый аппарат и терминал	15 000
Оформление интерьера (освещение, декор)	30 000
Создание меню и брендинг	20 000
Итого первоначальные инвестиции:	622 800

Из таблицы 1 видно, что ежемесячные расходы кафе делятся на три категории: зарплата, аренда помещения, закупка продуктов и расходных материалов. Зарплату сотрудников можно уменьшить, оптимизировав штатное расписание и внедрив системы оплаты труда, которые ориентированы на производительность. Аренду помещения можно уменьшить, пересмотрев выбор локации и площади помещения и ведя переговоры с арендодателем об оптимизации арендной платы.

Расходы на закупку продуктов и расходных материалов можно уменьшить, рассматривая возможности оптовых закупок, ведя переговоры с поставщиками и более эффективно управляя запасами. В целом, для достижения рентабельности кафе необходимо сфокусироваться на оптимизации расходов по наиболее значимым статьям и рассмотреть возможности снижения расходов по другим статьям.

**Таблица 2 – Ежемесячные расходы(руб.) (рассчитаны авторами исходя
из средних затрат, характерных для большинства кафе)**

Ежемесячные расходы:	Сумма
Аренда помещения	107 800
Коммунальные платежи	20 000
Заработная плата	240 000

Закупка продуктов и расходных материалов, посуды	80 000
Реклама и продвижение	30 000
Прочие расходы	15 000
Итого ежемесячные расходы:	492 800

Заработная плата в размере 240 000 рублей и аренда помещения в размере 107 800 рублей составляют 64,5% от общих ежемесячных расходов. Прочие расходы составляют всего 15 000 рублей, или 3%. Расходы зависят от стоимости аренды, коммунальных платежей, количества сотрудников и зарплат, объемов закупок и эффективности рекламы. Чтобы сократить расходы, можно пересмотреть штатное расписание и зарплату, стоимость аренды, найти более дешёвых поставщиков продуктов, и оптимизировать рекламные бюджеты.

Таблица 3 – Ожидаемая выручка(руб.) (рассчитаны авторами исходя из таблиц 1,2 и исходя из кол-ва трафика людей)

Ожидаемая выручка:	Кол-во и сумма
Средний чек с учетом стоимости стаканчика (руб.)	350
Количество регулярных посетителей кафе (25% от жителей) (чел.)	1 750
Дополнительные источники трафика(чел.)	950
Потенциальное количество ежедневных посетителей(чел.)	2 700

Из таблицы 3 видно, что кафе имеет большой потенциал выручки и прибыльности при среднем чеке в 350 рублей и стоимости съедобного стаканчика. Высокая ожидаемая выручка кафе может быть обеспечена следующими факторами:

1. 25% посетителей — местные жители, что создает стабильную клиентскую базу.
2. Туристы могут привлечь 950 человек в день, становясь важным источником выручки.
3. В сумме, ежедневное количество посетителей достигает 2700 человек, что может обеспечить значительную ежедневную выручку.

Для достижения таких результатов важно:

1. Эффективно привлекать и удерживать регулярных посетителей, предлагая качественный сервис и ассортимент.
2. Применять маркетинговые стратегии для привлечения туристов и дополнительных источников трафика.
3. Использовать съедобные стаканчики для привлечения новых клиентов и повышения конкурентоспособности кафе.

Предполагаемая ежедневная выручка от продажи съедобных стаканчиков составляет 945 тыс. руб. при обслуживании 2700 посетителей в день и средней стоимости стаканчика в 350 руб. Продажа еды также будет приносить дополнительную прибыль. Если кафе будет работать 30 дней в месяц, ожидаемая ежемесячная выручка составит 28 500 000 руб. Это говорит о высокой прибыльности проекта, однако всегда стоит помнить, что первоначально на содержание кафе будет уходить гораздо больше, эти расходы посчитаны при стабильной работе кафе.

Исходя из этих данных, можно сделать вывод, что проект имеет хорошие перспективы рентабельности, если стоимость съедобного стаканчика будет в пределах 250–350 руб. Чтобы достичь целевых показателей выручки, важно тщательно изучить потребности целевой аудитории, разработать эффективную маркетинговую стратегию, обеспечить высокое качество продукции и оптимизировать операционные процессы.

Согласно таблицам 1, 2 и 3, ожидаемая ежемесячная выручка от продажи съедобных стаканчиков составляет 28 500 000 рублей. При этом расходы на реализацию проекта оцениваются в 422 800 руб. ежемесячно. Таким образом, чистая прибыль в месяц составит 27 857 200 руб. Исходя из этих данных, срок окупаемости инвестиций в размере 622 000 рублей составит всего 5,7 дней – однако стоит учитывать, что это цифры теоретические, на практике эти цифры будут гораздо выше и окупаемость будет медленнее, в учет берем 2-3 г.

Для достижения хороших результатов важно:

1. Проанализировать целевую аудиторию и определить оптимальную ценовую политику для съедобных стаканчиков. Она при отработке рецептуры со временем станет ниже.

2. Разработать и применить эффективную маркетинговую стратегию для увеличения количества посетителей и объема продаж.

3. Оптимизировать операционные процессы и контролировать расходы для поддержания высокой прибыльности проекта.

Важно обозначить, что съедобные стаканчики – способ привлечения новых посетителей кафе и продвижения темы экологии, однако в продаже так же будут и обычные стаканчики, тк чтобы кафе было на «плаву», ему требуется охватывать больший спектр покупателей.

Приведенные таблицы показывают, что проект может быстро окупиться при указанных параметрах. Расчеты подтверждают высокую эффективность и потенциал бизнеса. Производство съедобной посуды имеет большой потенциал для прибыльности и развития. В России рынок экологичной посуды начинает развиваться, но имеет значительный потенциал для роста. Инновации в этой сфере помогут удовлетворить спрос и снизить негативное воздействие на окружающую среду. Внедрение инноваций в этой сфере необходимо для развития рынка. Наше исследование открывает перспективы для развития рынка съедобной посуды в России и заслуживает внимания.

Список литературы

1. Загрязнение планеты пластиком чревато катастрофой, масштабы которой сложно просчитать [Электронный ресурс] / Деловой журнал. – Режим доступа: <https://profile.ru/society/ecology/zagryaznenie-planety-plastikom-chrevato-katastrofoj-masshtaby-kotoroj-slozhno-proschitat-133578/> (дата обращения: 23.04.2024).
2. Сайт Авито [Электронный ресурс] / рассматриваем место для размещения кафе. – Режим доступа: https://www.avito.ru/novosibirsk/kommercheskaya_nedvizhimost/pod_kofeynyu_a_rteku_pvz_pivo_49_m_3221728631 (дата обращения: 29.04.2024).
3. Экологический кризис как глобальная проблема современности [Электронный ресурс] / Текст научной статьи по специальности «Экологические биотехнологии». – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologicheskij-krizis-kak-globalnaya-problema-sovremennosti?ysclid=lv2fs98z621425656> (дата обращения: 21.04.2024).
4. Все, что вам нужно знать о загрязнении пластиком [Электронный ресурс] / ООН программа по окружающей среде статья. – Режим доступа: <https://www.unep.org/ru/novosti-i-istorii/istoriya/vse-chto-vam-nuzhno-znat-o-zagryaznenii-plastikom> (дата обращения: 24.04.2024).
5. Ежегодник «Мир органического сельского хозяйства» [Электронный ресурс] / Союз органического земледелия. – Режим доступа: <https://soz.bio/mirovoy-rynok-roznicnykh-prodazh-organ/> (дата обращения: 28.04.2024).
6. В регионе за год выросло количество заведений общепита [Электронный ресурс] / Российский мультимедийный холдинг РБК – Режим доступа: <https://nsk.rbc.ru/nsk/29/12/2023/658d32629a794702cb6b03fe> (дата обращения: 22.04.2024).

ПРИМЕНЕНИЕ НЕЙРОСЕТЕЙ В УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСАМИ: ЭФФЕКТИВНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РФ

А.А. Чирцова, Е.В. Клецова

Новосибирский государственный университет экономики и управления
«НИНХ» chirtsovaangelina@mail.ru

В современном мире одним из основных трендов является развитие нейросетей. Исследование посвящено применению данных технологий в управлении финансами. Предметом исследования выступают методы использования нейронных сетей финансовыми организациями. Цель исследования – изучить возможности применения нейросетей в управлении финансами для того, чтобы выявить эффективность и перспективы

развития данной технологии. Рассмотрены применения технологий нейронных сетей на иностранном и российском рынке, также проведен SWOT-анализ основанных на факторах, влияющих на развитие использование нейросетей в финансовой сфере.

Ключевые слова: нейросети, финансы, аналитика, экосистемы, банк, прогнозирование, риск

In the modern world, one of the main trends is the development of neural networks. The study is devoted to the use of these technologies in financial management. The subject of the research is the methods of using neural networks by financial organizations. The purpose of the study is to study the possibilities of using neural networks in financial management in order to identify the effectiveness and prospects for the development of this technology. The application of neural network technologies in the foreign and Russian markets is considered, and a SWOT analysis is also carried out based on factors influencing the development of the use of neural networks in the financial sector.

Keywords: шрифт – Neural networks, finance, analytics, ecosystems, bank, prediction, risk

На современном этапе развития общества мир столкнулся с технологическим прогрессом искусственного интеллекта (ИИ), в особенности развитие нейросетей. Сфера финансов является первым потребителем и заказчиком нейросетей, благодаря наличию большого объема информации и огромному потенциалу получения прибыли от применения данных технологии. В 2019 году консалтинговая компания Ernst & Young (EY) подсчитала «Индекс проникновения финтехуслуг», по итогу Россия вошла в мировую тройку лидеров (82% граждан пользуются) и данные позиции сохраняются до настоящего времени.

Объектом исследования является использование нейросетей в финансовом управлении РФ. Достигнутый уровень процесса позволяет оценить преимущества и недостатки применения нейросетей. Новизна результатов исследования заключается в выявлении потенциала применения нейросетей в финансах и их влияния на принятие решений.

В теории нейросети придумали в 1940-х годах, однако их стали создавать и применять намного позже. Революция нейронных сетей началась в 2022 году, когда вышли чат-бот ChatGPT для генерации текста и нейросеть Midjourney для генерации картинок. В этом же году ChatGPT стал самым быстрорастущим сервисом в истории интернета.

12 апреля 2023 года состоялось заседание Совета Федерации Федерального Собрания РФ, где Грэф Г.О. отметил искусственный интеллект технологией, которая на сегодняшний момент доступна каждой компании и каждому человеку [3].

Внедрение нейросетей происходит в различные сферы жизни. Однако в контексте темы исследовательской работы, мы рассмотрим только финансовую область. Финансы – это денежные отношения, которые изучают финансовую и инвестиционную политику, прогнозируют их результаты деятельности, а также повышают эффективность деятельности для принятия решений институциональных задач. Это означает что, нейросети в финансовой области помогают в оптимизации инвестиционных стратегий, в прогнозировании рыночных трендов и в увеличении доходов за счет повышения персонализации услуг.

Для изучения темы исследовательской работы, необходимо рассмотреть программы, которые существуют на территории нашей страны для поддержания развития нейросетей в управлении финансами:

1. В России с 2019 года запущена национальная программа «Цифровая экономика РФ», которая включает ряд федеральных проектов, и одним из которых является проект «Искусственный интеллект». Благодаря данному проекту развиваются отечественные технологии ИИ, которые обеспечивают качественно новый уровень эффективной деятельности [5].

2. Ассоциация «Альянс в сфере ИИ» объединяет 11 компаний, которые занимаются разработкой ИИ-моделей мирового уровня.

3. Соглашение Правительства и Сбер по развитию ИИ, которое было подписано в январе 2023 года. Сбер взял обязательство по финансированию ИИ 10 млрд. в год [3]

На протяжении определенного отрезка времени банки поддерживали технологические инновации для того, чтобы улучшать взаимодействие с клиентами. Например, в 1960-х годах банки представили банкоматы, в 70-х электронные платежи и т.д. Потенциал развития нейросетей для банков огромный, так как благодаря данной технологии они могут увеличить прибыль. Рассмотрим подробнее применения нейросетей в управлении финансами на некоторых иностранных и российских технологиях:

1. Голосовые помощники и чат боты. Например, голосовой финансовый ассистент - Олег от Тинькофф банка обрабатывает 80% запросов от клиентов.

2. Антифрод - системы предупреждения мошенничества. Эти системы предотвращают до 7 млрд. попыток махинаций в год [2]. В день совершается около 5 млн. звонков мошенников, которые представляются сотрудником банка, в том числе являются роботизированными виртуальными ассистентами [2]. К примеру, есть продукт компании F5, который носит название «F5 WebSafe» он защищает клиентов от киберугроз в финансовой сфере. Если рассматривать отечественный рынок, то можно привести в пример компанию Тинькофф, которая запустила фабрику боевых человекоподобных роботов, они отвлекают мошенников от обмана людей, при этом удерживая их на телефонной линии как можно дольше.

3. Биометрические данные ускоряют процесс подтверждения личности. Данный метод позволяет не вводить паспортные данные и не вспоминать кодовое слово. Сбербанк использует биометрию VisionLabs AL, благодаря чему не нужно использовать карту, паспорт или телефон. Оплачивать покупки можно улыбкой.

4. Кредитный скоринг используется для проверки кредитоспособности клиентов. Сейчас, по данным Fair Isaac, более 90% банков развитых стран используют кредитный скоринг. TIBCO Spotfire Scoring обеспечивает быстрое создание скоринговых моделей и их корректировку в кредитных организациях.

5. Управление рисками и оптимизация инвестиций. Нейросеть способствует инвесторам выбирать безопасные и выгодные активы для своих инвест-портфелей. Альфа-бот Боби анализирует биржевые данные, и определяет лучшие моменты для покупки и продажи ценных бумаг [4]. Есть 2 режима «робот» и «советник», которые выполняют разные функции, например, режим «робот» направляет брокеру поручения на покупку и продажу [4]. «Finprophet» – прогнозирует изменения в валютах, акциях, индексах инвестиционных фондов крупнейших международных финансовых рынков и фьючерсах.

6. Анализ данных и их визуализация. «Tableau» – создает интерактивные графики, карты, дашборды и др. виды отчетов.

7. Анализ потребительского поведения. В 2020 компания Mastercard выпустила Brighterion, который обрабатывает данные о платежах, покупках, транзакциях и др., что помогает выявлять индивидуальные особенности поведения клиента и его потребности.

8. Автоматическое распознавание и обработка документов. Нейросети классифицируют финансовые документы, например, счет, выписки, квитанции и т.д., что позволяет ускорить процесс обработки данных. ВТБ банк запустил программу оплаты платёжных документов по фотографиям без QR-кода, благодаря нейросети. Ежемесячно около 2 млн. пользователей оплачивают таким образом свои счета [1]. Google AL разработали нейросеть, способную извлекать структурированную информацию из шаблонных документов.

Таким образом, проанализировав применения нейросетей в управлении финансами, можно отметить эффективность применения нейронных сетей в области финансах, они могут быть использованы для разнообразных задач, которые упрощают жизнь человека. Нейросети обрабатывают большие объемы данных, которые люди бы не смогли обработать вручную, находят скрытые закономерности, благодаря чему помогают в принятии более точных и разнообразных решений в финансовой сфере. Они позволяют автоматизировать рутинные задачи и улучшать эффективность работы. Из всего вышеперечисленного можно увидеть, что нейросети активно

используются банками для проверки финансовой идентичности пользователей и обнаружения мошенничества.

Стремительное развитие экосистем банков позволяет расширить институциональное взаимодействие, однако это требует изменения государственного регулирования для того, чтобы обезопасить клиентов и поставщиков товаров и услуг. В марте 2021 года Сбербанк первым в России принял свод принципов этики искусственного интеллекта, который помогает обеспечивать безопасность и повышать доверие клиентов. Для того, чтобы оправдать растущие ожидания клиентов и стать более конкурентоспособным в цифровую эпоху, банки, ориентированные на искусственный интеллект, будут предлагать интеллектуальные предложения и обладать скоростью и гибкостью. На данном этапе, все банки РФ используют нейросети для решения вопросов о безопасности, выдаче кредитов, колл-центров и т.д., однако стоит отметить, что скорость внедрения новых технологий у всех разная. Например, Альфа-Банк и Росбанк используют нейронные сети для выбора, наиболее подходящих мест чтобы открыть следующее отделение.

Финуслуги - новая финансовая платформа (маркетплейс), которая был создана Московской биржей по инициативе Центра Банка России для того, чтобы сделать страховые и банковские услуги доступными для населения вне зависимости от региона проживания. 10 августа 2023 года Московская биржа представила свою нейросеть – Инвестрейтинг, которая вычисляет комплексный показатель в инвестировании. Шкала рейтинга от 0 до 999 баллов, разделенная на 4 диапазон: начинающий, уверенный, опытный и продвинутый.

Необходимо провести SWOT-анализ, основанный на факторах, влияющих на развитие использование нейросетей в управлении финансами для того, чтобы выявить преимущества и риски (табл. 4)

Таблица 1 - Сравнительная таблица крупнейших экосистем России

Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
<p>1. Нейросети улучшают взаимодействия с клиентами и скорость ответов, в том числе персонализированные предложения.</p> <p>2. Снижение затрат благодаря повышению эффективности и высокой автоматизации, снижения количества ошибок</p> <p>3. Благодаря нейронным сетям снижаются риски,</p>	<p>1. Нейросетям необходимо большое количество актуальной и качественной информации.</p> <p>2. Сложность разработки и обучения нейросетей, так как необходимо много времени и денег.</p> <p>3. Ограничение моделирование, то есть нейросети не могут точно предсказать будущие события или учитывать все факторы, которые влияют на финансовые риски. Это может привести к ошибкам в</p>

связанные с мошенничеством и ошибками в данных. 4. Развитие новых продуктов и услуг, такие как инвестиционные платформы или сервисы автоматического управления рисками.	с и принятии решении. 4. Риск потери данных, например, если данные клиентов и финансовые транзакции будут потеряны или украдены, то это может привести к серьезным последствиям.
Возможности (О)	Угрозы (Т)
1. Возможность предсказание тенденций на фондовом рынке, что может позволить принять более информированные решения о покупке или продаже акции. 2. Возможность разработки индивидуальных инвестиционных стратегий, учитывающих особенности и цели каждого инвестора. 3. Возможность идентификации мошенничества. 4. Возможность определения оптимальных кредитных условий. Нейросети смогут снизить уровень финансовой безграмотности населения.	1. Утрата рабочих мест в результате автоматизации процессов в управлении финансами. 2. Угроза приватности людей, что может привести к нарушению прав на конфиденциальность и безопасность. 3. Нарушение баланса между свободой и безопасностью, это может быть проявлено в усилении контроля над гражданами и роста социального неравенства 4. Непредсказуемость действий алгоритмов нейросетей, что может привести к ненадежному принятому решению.

Проведенный SWOT-анализ позволил выявить, что применение нейросетей в области финансов позволит повысить эффективность, качество, доступность и безопасность финансовых услуг. Однако нейросети требуют знаний, ответственности и опыта при их использовании, потому что они не могут гарантировать абсолютную точность и надежность решений. Соответственно, важно развивать в людях компетенции в области нейросетей, и следить за их правовыми и этическими аспектами.

Таким образом, анализируя все вышеперечисленные слабые стороны и угрозы применения нейросетей в финансовом управлении, автором видятся следующие решения: разработка систем мониторинга и контроля за использованием нейросетей, стандартов и правил по использованию нейронных

сетей, системы защиты от кибератак и взломов на нейросети, повышение уровня квалифицированных кадров по разработке и управления нейронными сетями, улучшения системы сбора и хранения данных, совместная работа с финансовыми институтами и организациями для того, чтобы собирать и обмениваться данными для обучения нейросетей.

Подводя итог, можно отметить, что современное развитие нейросетей происходит стремительными темпами. Нейронные сети становятся более точными и эффективными, поэтому открываются новые возможности для применения в различных сферах. Нейронные сети имеют значительный потенциал в финансовой области. Однако развитие нейросетей представляют не только перспективы и преимущества, но и риски, угрозы для общества и организаций, поэтому необходимо четкое регулирование данной области, чтобы по максимуму минимизировать последствия.

Список литературы

1. Искусственный интеллект поможет клиентам ВТБ оплачивать счета [Электронный ресурс] // Сnews [сайт]. – Режим доступа: https://www.cnews.ru/news/line/2023-10-13_iskusstvennyj_intellekt (дата обращения: 27.04.2023).
2. Как использовать нейросети в финансах и аналитике [Электронный ресурс] // Хабр: [сайт]. – 2023. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/articles/752546/> (дата обращения: 29.04.2023)
3. 543 заседание Совета Федерации 12.04.2023 г. [Электронный ресурс] // СФ: [сайт]. – Режим доступа: <http://council.gov.ru/events/multimedia/video/231310/> (дата обращения: 28.04.2023).
4. Роботы для торговли на бирже [Электронный ресурс] // Альфа банк: [сайт]. – Режим доступа: <https://alfabank.ru/make-money/investments/torgovye-roboty/> (дата обращения: 03.04.2023).
5. Федеральный проект «Искусственный интеллект» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/1046/> (дата обращения: 03.04.2023).

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ УЧЕТА, АНАЛИЗА И АУДИТА

СЕКЦИЯ

РАЗРАБОТКА ПРИЛОЖЕНИЯ ПО УЧЁТУ СКЛАДСКОЙ ПРОДУКЦИИ С ПРИМЕНЕНИЕМ ТЕХНОЛОГИИ NO-CODE

Н.А. Кочарян, К.В. Катковская

Сибирский государственный университет водного транспорта
kocharyan.nato@yandex.ru

В статье проводится сравнительный анализ технологий разработки мобильных приложений: традиционной, без использования кода (NO-CODE) и с низким использованием кода (LOW-CODE). Подробно описываются их ключевые особенности, преимущества и недостатки, а также области применения различных подходов разработки. На основе данного анализа возможно понять различия между этими тремя подходами и принять обоснованное решение о том, какой из них наиболее подходит для разработки их конкретного мобильного приложения, которое будет удовлетворять необходимым критериям, выдвинутыми заказчиками проекта.

Ключевые слова: мобильное приложение, разработка, отсутствие кода, сравнительный анализ

This article provides a comparative analysis of mobile application development technologies: traditional, no-code and low-code. Their key features, advantages and disadvantages, as well as areas of application of various development approaches are described in detail. Based on this analysis, it is possible to understand the differences between these three approaches and make an informed decision about which one is most suitable for developing their specific mobile application that will satisfy the necessary criteria put forward by the project customers.

Keywords: mobile app; development; no code; comparative analysis

Склад готовой продукции является неотъемлемым элементом логистической цепи, обеспечивающей связь между производством и распространением. Его основная функция заключается в хранении материальных активов и готовой продукции. Склад выполняет роль накопителя производимой продукции, что делает его неотъемлемой частью материально-технической базы предприятия.

В производственном контексте склад готовой продукции рассматривается как интегральный компонент логистической цепи. Его расположение

тщательно выбирается с учетом особенностей технологического потока, характеристик продукции и удобства транспортировки к потребителям. В результате склад может быть размещен непосредственно рядом с производственным объектом, как это и существует у предприятия АО «Пластик» - завод по производству полимерной тары и упаковки, как для пищевых продуктов, так и для изделий технического назначения, а также для использования в различных отраслях промышленности и сельского хозяйства [1].

В связи с возросшей потребностью оптимизировать операции на складе, руководство предприятия выразило заинтересованность во внедрении автоматизированного решения. Это решение должно быть разработано таким образом, чтобы повысить эффективность и оптимизировать рабочие процессы как для сменных, так и для дневных работников склада. Целью внедрения автоматизации является повышение производительности труда, улучшение точности выполнения складских операций и снижение операционных затрат.

Разработка мобильных приложений представляет собой методологию создания и внедрения программного обеспечения на мобильных устройствах, Процесс разработки таких приложений требует тщательного внимания к деталям и глубокого понимания особенностей мобильных платформ. Разработчики должны учитывать ограничения и возможности различных операционных систем, таких как iOS и Android, а также оптимизировать приложения для обеспечения плавной работы на различных устройствах.

Разработка мобильных приложений обычно включает следующие этапы:

1. **Планирование:** определение целей приложения, целевой аудитории и основных функций.
 2. **Проектирование:** создание макетов и прототипов интерфейса пользователя, чтобы обеспечить интуитивное и удобное взаимодействие.
 3. **Разработка:** написание кода приложения с использованием подходящих языков программирования и инструментов разработки.
 4. **Тестирование:** тщательная проверка и отладка приложения для обеспечения безошибочной работы.
 5. **Развертывание:** публикация приложения в соответствующих магазинах приложений для распространения среди пользователей.
- Разработка мобильных приложений требует сочетания технических навыков, креативности и понимания потребностей пользователей. Процесс разработки сопряжен со значительными сложностями, обусловленными уникальными характеристиками и ограничениями.

- **Долгий и трудоемкий процесс:** стандартная разработка приложений включает многоэтапный процесс, включая проектирование, разработку, тестирование и развертывание, что может занять месяцы или даже годы.

- **Глубокое знание кодирования:** Разработчики мобильных приложений должны владеть несколькими языками программирования, такими как Java, Kotlin или Swift, для создания приложений для Android и iOS соответственно.
- **Высокая стоимость:** Разработка традиционного мобильного приложения имеет большую стоимость, которая зависит от множества факторов.
- **Отсутствие гибкости:** Изменения требований после разработки приложения могут привести к значительным задержкам и дополнительным затратам на переработку кода.
- **Необходимость обслуживания и обновлений:** Обычные мобильные приложения требуют регулярного обслуживания и обновлений безопасности, что влечет за собой дополнительные затраты и усилия.

В свою очередь разработка традиционным способом позволяет иметь полный контроль над каждым аспектом приложения, от пользовательского интерфейса до функциональности, что позволяет создавать высоко персонализированные и сложные приложения при этом разработчики могут реализовать строгие меры безопасности, такие как шифрование и проверка подлинности, что снижает риски уязвимостей и нарушений безопасности.

Приложения без кода или с минимальными его требованиями (также известные как No-Code или Low-Code соответственно) представляют собой платформы, которые позволяют пользователям разрабатывать программное обеспечение без необходимости в серьезных навыках программирования. Вместо того, чтобы писать код вручную, пользователи взаимодействуют с графическим пользовательским интерфейсом (GUI), который обеспечивает интуитивно понятные инструменты, такие как строительные блоки, элементы управления и логические операторы. Эти элементы могут быть визуально соединены и сконфигурированы, что позволяет пользователям проектировать и создавать функциональные приложения.

Приложения без кода или с минимальными его требованиями используют подход с визуальным программированием. Пользователи перетаскивают и соединяют предварительно определенные компоненты для создания логических взаимосвязей и функциональности. Платформы абстрагируют сложные аспекты программирования, скрывая низкоуровневый код от пользователя. В результате пользователи могут сосредоточиться на разработке пользовательских интерфейсов, бизнес-правилах и рабочих процессах, не беспокоясь о технических деталях.

Подход No-Code устраняет необходимость в написании кода, позволяя нетехническим специалистам создавать приложения и автоматизировать задачи. Инструменты No-Code предоставляют предварительно созданные компоненты и визуальные интерфейсы, которые позволяют пользователям настраивать и интегрировать эти элементы без глубоких знаний в области

программирования [2]. Этот подход подходит для создания простых приложений, автоматизирующих рутинные операции.

В отличие от No-Code, подход Low-Code предполагает ограниченное написание кода [3]. Инструменты Low-Code предоставляют библиотеки предварительно написанных компонентов и шаблонов, упрощая процесс разработки. Разработчики могут настраивать эти компоненты, используя специальные языки или визуальные средства, сокращая объем ручного кодирования. Подход Low-Code подходит для создания более сложных приложений, требующих определенного уровня технических знаний.

Основное различие между подходами No-Code и Low-Code заключается в объеме требуемых навыков программирования. No-Code устраняет необходимость в написании кода, в то время как Low-Code предполагает ограниченное кодирование.

Анализ альтернативных технологий разработки мобильных приложений демонстрирует, что для достижения высокой производительности и фундаментальной интеграции с операционной системой целесообразно отказаться от подходов No-Code и Low-Code. Тем не менее, такой выбор влечет за собой увеличение временных затрат, необходимых ресурсов и специализированных знаний для разработки приложений для каждой платформы в отдельности. Процесс разработки без написания кода имеет множество преимуществ, включая более быструю скорость разработки, увеличенную доступность для пользователей без технического образования, а также уменьшение затрат на разработку. Однако использование No-Code или Low-Code методов позволит бизнес-пользователям создавать и изменять приложения, не прибегая к услугам разработчиков, что упрощает и ускоряет процесс внедрения новых идей. Выбор между технологией разработки мобильного приложения зависит от конкретных потребностей проекта и уровня возможностей участников команды разработки. Оптимальный выбор технологии разработки мобильных приложений определяется специфическими требованиями проекта и уровнем квалификации членов команды разработчиков.

Список литературы

1. АО Пластик. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://plasticangarsk.ru/> (дата обращения: 30.04.2024).
2. Программирование без кода [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://proglib.io/p/programirovanie-bez-koda-nemnogo-o-no-code-i-low-code-2022-12-05> (дата обращения: 17.04.2024).
3. Что такое разработка приложений по модели low-code и no-code [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sap.com/central-asia-caucasus/products/technology-platform/low-code/what-is-low-code-no-code.html> (дата обращения: 26.04.2024).

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ УРОВНЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ ОРГАНИЗАЦИЙ В РЕГИОНАЛЬНОМ РАЗРЕЗЕ

С.П. Ретивых, О.О. Храмова
Новосибирский государственный университет
экономики и управления «НИНХ»
srsr9399039@gmail.com

В данной статье рассматривается проблема оценки уровня цифрового развития организаций в России и обосновывается необходимость разработки методики расчета некоего интегрального показателя. В качестве решения предлагается использовать авторский индекс цифровизации организаций, который позволяет определить степень использования организациями цифровых технологий. Особенности данного показателя являются полнота учитываемых критериев, ориентация на оценку уровня цифровизации конкретных организаций, возможность его применения в разрезе регионов и составления рейтинга, что позволяет получать данные о дифференциации регионов по уровню цифрового развития организаций и определять приоритетные направления развития и государственного регулирования в этой области.

Ключевые слова: оценка уровня цифровизации, индекс цифровизации организаций, цифровые технологии, рейтинг регионов, ИКТ

This article examines the problem of assessing the level of digital development of organizations in Russia and substantiates the need to develop a methodology for calculating a certain integral indicator. As a solution, it is proposed to use the author's index of digitalization of organizations, which allows you to determine the degree of use of digital technologies by organizations. The features of this indicator are the completeness of the criteria taken into account, orientation towards assessing the level of digitalization of specific organizations, the possibility of its application in the context of regions and rating, which allows us to obtain data on the differentiation of regions by the level of digital development of organizations and determine priority areas of development and state regulation in this area.

Keywords: assessment of the level of digitalization, index of digitalization of organizations, digital technologies, rating of regions, ICT

Цифровизация в современном мире играет важную роль в развитии экономики и государства. Она влияет на население всей страны, повышая качество жизни. В экономике она позволяет организациям выходить на новый уровень развития, создавать новые формы бизнеса за счет внедрения и современных информационных технологий. А главное, что этот процесс уже не остановить, он имеет глобальные масштабы. Поэтому важно правильно

оценивать и отслеживать степень внедрения цифровых технологий в организациях.

Существуют различные подходы к оценке уровня цифровизации [3,4]. Однако, зачастую оценивается уровень цифрового развития всей страны, где, в том числе, производится учет использования цифровых технологий органами власти и населением. При этом используемые в расчетах данные редко представлены в разрезе регионов, что делает невозможным применение индикаторов в пространственном аспекте, а это важно для такой большой страны как Россия. Поэтому, мы считаем, что помимо обобщающих показателей, необходимо разрабатывать и использовать более узкие показатели, которые будут характеризовать непосредственно цифровизацию бизнеса.

В некоторых индексах цифрового развития цифровизация организаций входит в общий индекс как субиндекс, но в этом случае он включает в себя лишь несколько критериев, которые очень неполно характеризуют данный сегмент.

Еще одна существующая проблема – это отсутствие желаемых статистических данных или представление статистических данных в совокупности по России или по отраслям, что делает невозможным их сравнение по территориям. Мы хотим обеспечить данную возможность, так как считаем ее важным элементом при анализе развития цифровизации и проведении государственного регулирования в этой области.

В индекс включено достаточное, на наш взгляд, количество критериев, которые разделены на две группы: базовые ИКТ и современные цифровые технологии, что также является преимуществом индекса. Например, в исследовании, проведенном М.М. Прохоровой [4] при расчете субиндекса «использование цифровых услуг организациями», автор отбирает всего четыре критерия, которые относятся к числу «базовых» ИКТ. На наш взгляд такой подход является недостаточным для характеристики всей полноты использования цифровых технологий, так как описывает только общую компьютеризацию. Для более справедливой оценки цифровизации необходимо также рассматривать использование организациями более современных технологий, таких как цифровые платформы, технологии ИИ, RFID и т.д.

Как уже было отмечено ранее, данный показатель можно рассчитывать для каждого отдельного региона. Причем это можно сделать как для сравнения региона со всей Россией, так и для сравнения, например, внутри Федерального Округа. Это позволяет увидеть дифференциацию в развитии регионов по всей России и внутри отдельных групп регионов.

Для отслеживания того, насколько организации оснащены базовыми ИКТ и насколько применяют новейшие технологии, от внедрения какого типа технологий происходит рост цифрового уровня, нужно разделить эти показатели на две группы. Для этого мы подразделяем индекс цифровизации

организаций на два субиндекса: субиндекс использования организациями базовых ИКТ и субиндекс использования организациями современных цифровых технологий. Составляющие субиндексов представлены в таблице 1. Данные критерии отобраны на основе анализа других научных работ, посвященных оценке уровня цифровизации, в которых доказывалась их значимость.

Таблица 6 – Группировка показателей по компонентам индекса цифровизации организаций

Название субиндекса цифровизации организаций	Состав субиндекса (критерии, характеризующие субиндекс)
Использование организациями базовых ИКТ	<ul style="list-style-type: none"> – Состав субиндекса (критерии, характеризующие субиндекс) – доля организаций, имевших веб-сайт в сети Интернет – Доли организаций, использующих: <ul style="list-style-type: none"> – широкополосный доступ к сети Интернет – сеть Интернет для размещения заказов на ТРУ – доступ к сети Интернет со скоростью не менее 2 Мбит/сек – персональные компьютеры – локальные вычислительные сети – серверы – фиксированный (проводной и беспроводной) Интернет – Мобильный интернет
Использование организациями современных цифровых технологий	<ul style="list-style-type: none"> – Число организаций, использующих: <ul style="list-style-type: none"> – Технологии сбора, обработки и анализа больших данных – Облачные сервисы – Центры обработки данных – Цифровые платформы – Геоинформационные системы – Интернет вещей – RFID-технологии – Технологии искусственного интеллекта – Промышленные роботы/ автоматизированные линии – Аддитивные технологии – «Цифровой двойник»

Сам индекс цифровизации организаций рассчитывается как средняя арифметическая из субиндексов (1). Субиндексы рассчитываются на основе использования балльно-рейтинговой системы, как средняя из оценок критериев, их характеризующих (2,3). Все компоненты принято считать равнозначными, так как мы не можем дать экспертную оценку весов каждого критерия.

$$I = \frac{i_1 + i_2}{2} \quad (1)$$

где i_1 и i_2 это субиндексы использования организациями базовых ИКТ и использования организациями современных цифровых технологий.

$$i_1 = \frac{k_1 + k_2 + \dots + k_8 + k_9}{k_{1max} + k_{2max} + \dots + k_{8max} + k_{9max}} \quad (2)$$

где k_1, k_2 и т.д. это значения критериев изучаемого региона, а k_{1max}, k_{2max} и т. д. это максимальные значения критериев среди всех изучаемых регионов.

$$i_2 = \frac{m_1 + m_2 + \dots + m_{10} + m_{11}}{m_{1max} + m_{2max} + \dots + m_{10max} + m_{11max}} \quad (3)$$

где m_1, m_2 и т.д. это значения критериев изучаемого региона, а m_{1max}, m_{2max} и т. д. это максимальные значения критериев среди всех изучаемых регионов.

В таблице 2 представлены результаты расчетов индекса цифровизации организаций по регионам за 2022 год. Представлены по пять первых и последних в рейтинге регионов.

Таблица 7 – Рейтинг регионов России по уровню цифровизации организаций за 2022 год

Название региона	Использование организациями базовых ИКТ	Использование организациями современных цифровых технологий	Итоговая балльная оценка уровня цифровизации организаций	Место в рейтинге
Москва	0,8246	0,9551	0,8898	1
Московская область	0,8907	0,7594	0,8251	2
Санкт-Петербург	0,9097	0,3999	0,6548	3

Краснодарский край	0,8115	0,3818	0,5966	4
Свердловская область	0,8869	0,2910	0,5889	5
...
Чукотский автономный округ	0,7784	0,0126	0,3955	83
Республика Дагестан	0,6618	0,0973	0,3796	84
Республика Тыва	0,7311	0,0165	0,3738	85
Республика Ингушетия	0,6682	0,0146	0,3414	86
Кабардино-Балкарская Республика	0,6311	0,0303	0,3307	87

Таким образом, мы видим в каких регионах уровень цифровизации организаций наибольший, а в каких отстающий, и что дифференциация по данному показателю является значительной.

Также на основе структуры индекса была определена особенность цифровизации организаций в России на данном этапе: подавляющее их число уже использует почти все базовые ИКТ, но очень немногие успели перейти к использованию современных цифровых технологий. Поэтому мы можем сказать, что приоритетным направлением развития цифровизации будет внедрение и использование именно современных цифровых технологий.

Помимо преимуществ у разработанного индекса есть и недостатки:

- 1) он не учитывает цифровизацию рабочей силы, так как данные, которые хотелось бы включить в индекс не представлены для отдельных регионов;
- 2) очень мало данных для динамики, т.к. данные об использовании современных цифровых технологий начали публиковаться только с 2020 года и на данный момент индекс можно рассчитать не более чем за 3 года;
- 3) индекс дает только сравнительную оценку, позволяя изучать насколько равномерно идет развитие и распространение цифровых технологий в организациях, но количественно интерпретировать его нельзя.

Подводя итоги, можем сказать, что, используя данный индекс можно рассчитать уровень цифровизации организаций в РФ по регионам, рассчитывая данный индекс в различные периоды, можно увидеть структурные изменения в рейтинге регионов. И хоть он имеет свои недостатки, применяя разработанный индекс цифровизации организаций, можно выявлять приоритетные направления для государственного регулирования экономики.

Список литературы

1. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/> (дата обращения 24.04.2024).
2. Индикаторы цифровой экономики: 2024: статистический сборник / В.Л. Абашкин, Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишнеvский, Л.М. Гохберг и др.; И60 Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: ИСИЭЗ ВШЭ. – 2024. – 276 с.
3. Коровин Г. Б. Сравнительная оценка цифровизации индустриальных регионов РФ [Электронный ресурс] // Экономика региона. – 2023. – № 19(1). – С. 60-74.
4. Прохорова М. М. Исследование динамики цифровой экономики в Российской Федерации [Электронный ресурс] // Инновации и инвестиции. – 2023. – № 6. – С. 414-416.
5. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения 22.04.2024).
6. Храмцова Т.Г., Храмцова О.О. Цифровой бизнес: возможности и проблемы // Транспортное дело России. – 2023. – № 1. – С. 335-337.
7. Цифровая экономика: 2024: краткий статистический сборник / В.Л. Абашкин, Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишнеvский, Л.М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: ИСИЭЗ ВШЭ. – 2024. – 124 с.

УГОЛЬНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ В РОССИИ: АНАЛИЗ ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Е.А. Хидирова, Т.Н. Дудина,
Новосибирский государственный университет
экономики и управления «НИНХ»
eva_verner@bk.ru

Проведен комплексный анализ состояния угольной промышленности в России с учетом особенностей Новосибирской области. Применены методы статистического (метод главных факторов, аддитивная модель, относительная величина структуры, показатели динамики, коэффициент структурных сдвигов) и экономического анализа (индекс концентрации ИН, индекс рыночной власти Линда) для оценки внешней среды региона и исследования отрасли в целом. Были выделены детерминанты состояния и перспектив угольной промышленности в России.

Целью исследования явилось выявление ключевых факторов, влияющих на развитие отрасли, и предоставление аналитической базы для принятия решений. Полученные выводы могут служить основой для разработки стратегий и принятия решений заинтересованными сторонами, такими как государственные органы, научные сообщества и бизнес-структуры.

Ключевые слова: факторный анализ, ВРП, бюджет, уголь, угольная промышленность, добыча полезных ископаемых, рыночная власть, конкуренция, оценка внешней среды бизнеса

Our work is aimed at conducting a comprehensive analysis of the coal industry in Russia, taking into account the specifics of the Novosibirsk Region. We apply statistical analysis methods to assess the external environment of the region and study the industry as a whole. In the course of the research we have identified the determinants of the state and prospects of the coal industry in Russia. Our goal is to identify key factors affecting the development of the industry and provide an analytical basis for decision-making. The findings can serve as a basis for strategy development and decision-making by stakeholders, such as government agencies, scientific communities and business structures.

Keywords: factor analysis, GRP, budget, coal, coal industry, mining, market power, competition, assessment of the external business environment

Для выделения ключевых отраслевых факторов для угольной промышленности Российской Федерации был использован метод главных факторов факторного анализа. Временной ряд 2001-2022 года [1,2,3,4,5,6], показатели стандартизованы:

$$Z_i = \frac{x_i - \bar{X}}{\sigma} \quad (1)$$

Корреляционная матрица была редуцирована методом максимального по модулю коэффициента корреляции в каждом столбце.

Таблица 1 - Критерий Кайзера для оценки факторных нагрузок в ФА

Фактор	Сумма квадратов факторных нагрузок
Экономико-экологический	7,152
Экспортно-ценовой	0,460
Рыночный	0,310
Трудовых ресурсов	0,115

Критерием Кайзера были оценены нижеприведенные факторы, и установлено, что изменения рассматриваемого явления преимущественно детерминированы влиянием экономико-экологического фактора, его вклад составил 79,47%:

Ключевыми параметрами, влияющими на угольную отрасль в РФ, являются: добыча угля, экспорт угля, доходы от экспорта угля, что объясняется ориентированностью экономики страны на сбыт энергетических ресурсов за границу, и, как следствие – является главной статьёй дохода федерального бюджета. Кроме того, на сегодняшний день немаловажна и экологическая составляющая для данной отрасли промышленности, что отражает фактор: утилизация и обезвреживание отходов производства и потребления. Неизменно на развитие отрасли будет влиять заработанная плата работником, обособывающая мотивацию их производительности труда (среднемесячная заработанная плата 1 работника отрасли).

В меньшей мере, но тем не менее влияют:

Экспортно-ценовой фактор - 5,12%, рыночный фактор (Индексы цен на приобретенные промышленными организациями уголь) - 3,44%, фактор трудовых ресурсов (численность занятых в отрасли) - 1,28%.

Их также важно учитывать при анализе деятельности организаций отрасли угольной промышленности и долгосрочном бизнес-планировании.

Внутренний региональный продукт

Начнем оценку отрасли с экономических факторов косвенного воздействия. ВРП является основным результатом деятельности экономики региона. Для этого были использованы данные его структуры Новосибирской области за 2020-2022 год [7], а в качестве инструмента оценки изменений - коэффициент структурных сдвигов Гатева (2):

$$K_{\text{Гат}} = \sqrt{\frac{\sum (d_2 - d_1)^2}{\sum d_2^2 + \sum d_1^2}} \quad (2)$$

Изменения структуры ВРП в целом были невелики – $K_{\text{Гат}}=0,07$. Еще менее значительное изменение структуры в следующем году: $K_{\text{Гат}}=0,03$, что является маркером стабильности экономики субъекта.

Для произведения дальнейших расчетов показателей были приведены данные по объему ВРП к сопоставимому виду методом дефлятирования (3) в текущих ценах за отчетный период с помощью индекса цен производителей промышленных товаров угледобывающей отрасли по Новосибирской области:

$$\text{ВРП}_{\text{соп.}} = \frac{\sum p_1 q_1}{I_p} \quad (3)$$

Кроме того, коэффициент Гатева используется для измерения чувствительности изменения доли определенной отрасли к общему изменению ВРП (4) [1,7].

$$K_{\text{Гар}} = \frac{\text{ВРП}_1 - \text{ВРП}_0}{d_1 - d_0} \quad (4)$$

Значение 0,0126 в 2021-м году указывает на умеренное изменение доли данной отрасли в общей структуре ВРП. К 2022-му году ситуация стала еще более стабильной, коэффициент структурных сдвигов составил всего 0,0002.

Для более детального анализа найдем вклад отрасли по добыче полезных ископаемых в темп роста ВРП (5):

$$d_{\Delta} = T_p * d_{\text{ВРП}_0} \quad (5)$$

Вклад данной отрасли в ВРП увеличился более чем на 6% за год: с 2,681% до 9,006%. Тем не менее в сравнении с другими отраслями совсем невелик (27,8% - обрабатывающие производства, 11,67% - сельское и лесное хозяйство, рыболовство и др.).

Однако, если учитывать не только долю базисного года (для каждого из периодов), но и отчетного, тогда вклад отрасли в темп прироста составит:

$$d_{\Delta} = (T_p - 100) * (d_{\text{ВРП}_1} - d_{\text{ВРП}_0}) \quad (6)$$

Судя по этому показателю, вклад данной отрасли в темп роста и темп прироста ВРП наибольший, в сравнении с остальными отраслями в 2021 году, но в 2022 несколько теряет свои позиции: $d_{\Delta 2020-2021} = 0,234$ (%), $d_{\Delta 2021-2022} = 0,209$ (%). Эти значения обусловлены аналитическими показателями структуры и ее изменения, в частности размахом удельного веса отрасли в ВРП (7) и средним абсолютным приростом удельного веса (8):

$$\Delta_d = d_1 - d_0 \quad (7)$$

$$\bar{\Delta} = \frac{d_1 - d_0}{n - 1} \quad (8)$$

В динамике первого года он составил 2%, а в последующем году лишь 0,2%, что, очевидно, свидетельствует о падении темпов развития угледобывающей отрасли в 10 раз. $\Delta_{\text{ср}} = 0,111$ - добыча полезных ископаемых уже на 2021 год была самой перспективной в регионе, тогда как нереализованный в полной мере потенциал в будущем году отразился меньшим значением по сравнению с 2021 и с остальными доходными статьями: $\Delta_{\text{ср}} = 0,011$.

Бюджет

Следующим анализируем региональный бюджет НСО для определения закономерностей, тенденций развития бюджетного процесса, а также изучения его структуры для определения происходящих изменений. Расчет показателя бюджетной обеспеченности, который производится с целью

межрегионального сравнения, что представляет собой ценность для данной работы в рамках выбора наиболее перспективного региона.

Показатель бюджетной обеспеченности Новосибирской области показал восходящий тренд и составил 117,306.83 рубля, что является средней положительной оценкой финансового состояния. Значение свидетельствует о том, что в распоряжении субъекта имеются средства, достаточные для бюджетных нужд. Это может быть положительным сигналом для стабильности и устойчивости финансовой ситуации, что крайне важно для ведения любого бизнеса, особенно долгосрочного, к которому главным образом относится тяжелая промышленность. Вдобавок, высокий показатель бюджетной обеспеченности указывает на возможность инвестиций в экономическое развитие.

Однако степень сбалансированности регионального бюджета за последний год упала от умеренной сбалансированности (-0,09) к среднему дефициту, в виду роста расходов, хотя следует помнить, что данное условие характерно для всех регионов, в недрах которых имеются запасы угля, в настоящее время.

Текущее значение $СБ_{2023} = -0,14$ указывает на то, что расходы региона превышают доходы. Такой тренд обусловлен увеличением расходов, недостаточными доходами или комбинацией обоих факторов. Тем не менее, последний стоит рассматривать в качестве перспективы, в субсидировании крупного промышленного предприятия региональное правительство может быть заинтересовано.

Цены

Оценка цен и построение прогноза внешней среды бизнеса являются ключевыми элементами стратегического планирования. Понимание текущих и будущих ценовых трендов помогает разрабатывать эффективные стратегии ценообразования, прогнозировать потенциальные риски и возможности, а также лучше адаптироваться к переменам в бизнес-среде.

Для прогнозирования изменения среднего уровня цен на коксующийся уголь нами была построена аддитивная модель (9) по данным об уровне средних месячных цен на коксующий уголь за август 2022- март 2024 [1,7].

$$Y = T + S + E \quad (9)$$

Построенная модель объясняет 61,13% общей вариации исходных уровней ряда. Ошибка аппроксимации составила 8,08%, что представляет собой граничное значение малой и большой ошибки, в любом случае модель хорошо описывает изучаемое явление (<10%).

Получены следующие прогнозные значения (Таблица 2, Рисунок 1).

Таблица 2 - Прогнозный уровень цен на коксующийся уголь

Период	тыс. руб./т
--------	-------------

апр.24	6943,94
май.24	6988,41
июнь.24	6920,69
июль.24	7166,12

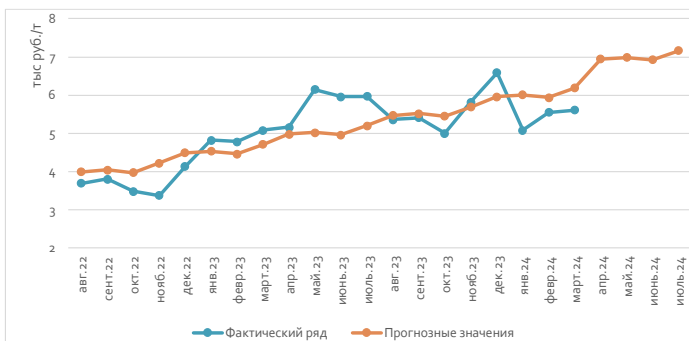


Рисунок 1 - Прогнозирование цен на коксующийся уголь

Восходящий тренд цен на коксующийся уголь указывает на стабильный или возрастающий спрос на данный вид угля. Это может быть связано с ростом индустриальной активности, увеличением производства стали и других факторов, что создает благоприятную среду для развития угольной промышленности в регионе. Повышение цен на коксующийся уголь может также стимулировать увеличение добычи и производства данного вида угля. Развитие угольной отрасли в регионе будет способствовать созданию новых рабочих мест и привлечению инвестиций.

Занятость

Изучение тенденции данных о занятости важно в рамках идентификации общего экономического состояния отрасли. Рост числа рабочих мест может свидетельствовать о развитии и процветании отрасли, в то время как снижение занятости может указывать на проблемы или изменения в экономической среде.

Темпы прироста за последние года показывают неоднозначный характер динамики движения рабочей силы (+3,12% в 2021 и -1,57% в 2022 [7]), что может быть следствием нестабильностью эпидемиологической и геополитической ситуацией в мире. Если же оценивать долю среднегодовой численности занятых в данной отрасли по отношению к среднегодовой численности занятости в регионе, мы наблюдаем тренд на рост, а соответственно развитие данной отрасли. В сравнении с долей по стране, заключаем, что имеется разрыв – потенциальная возможность ее увеличения с запуском предприятия (доля занятых в добыче ПИ в РФ(2022)= 0,017 [1], доля занятых в добыче ПИ в НСО(2022) = 0,005 [7]).

Конкуренция

Затронем факторы прямого действия, в частности, конкурентную среду. Для принятия решения о запуске любого продукта или услуги на рынок, требуется анализ концентрации рынка, в частности. Именно они позволяют сделать заключение о типе рыночной конкуренции, барьеров входа, механизма ценообразования и пр.

Для анализа концентрации рынка были применены индекс Херфиндаля-Хиршмана (10) и индекс Линда (11,12).

$$HI = \sum Si^2 \quad (10)$$

Для расчета первого показателя были рассчитаны доли рынка у 50 основных компаний участников [1,3].

$$HI_B = 668,081 \text{ (выручка 2022)}; HI_A = 577,498 \text{ (активы 2022)}$$

$HI < 1000$ – III тип — низкоконцентрированный рынок по активам и по выручке, иными словами рынок считается конкурентным, с множеством небольших конкурирующих фирм.

Для более глубокой оценки рыночной власти воспользуемся I_L :

$$I_L = \frac{1}{n(n-1)} \sum_{i=1}^{n-1} Q_i \quad (11)$$

$$Q_i = \frac{Cr_i}{i} / \frac{Cr_n - Cr_i}{n - i} \quad (12)$$

Согласно расчетам, рынок не концентрирован (по показателям прибыли), крупнейшими игроками считаются 10 компаний (из 10, что составляют максимальный объем выборки), а это значит, что с большей вероятностью на него удастся войти новому игроку, в то время как по показателям активов рынок монополизирован (по показателям активов на 2022 год), крупнейшими игроками считаются 2 компании ("Кузбассразрезуголь", "Эльгауголь") которые занимают 28,79 % рынка.

Список литературы

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/10705> (дата обращения 28.03.2024).
2. Единая межведомственная информационно-статистическая система [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fedstat.ru> (дата обращения 30.03.2024).
3. Министерство энергетики Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minenergo.gov.ru> (дата обращения 01.04.2024).
4. Министерство образования и науки Российской Федерации. Российский научно-исследовательский институт экономики, политики и права в научно-

- технической сфере (РИЭПП). Научный потенциал и инновационная активность в России: Выпуск 6: Статистический сборник / под ред. Е. В. Семенова; сост. В. В. Сергеева, при участии М.А. Дмитренко; рец. В. Ю. Изосимов, Т. В. Чеченкина. – Москва: РИЭПП. – 2011. – 343 с.
5. Ежемесячный научно-технический и производственно-экономический журнал «Уголь» «Итоги 2016 года в угольной отрасли России» [Электронный ресурс]. – 2017. – №3. – Режим доступа: <https://www.ugolinfo.ru/itogi2016all.html> (дата обращения 30.03.2024).
6. Петренко И.Е. Итоги работы угольной промышленности России за 2021 год // Уголь. – 2022. – № 3. – С. 9-23.
7. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Новосибирской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://54.rosstat.gov.ru/ofstatistics> (дата обращения 05.04.2024).

СЕКЦИЯ

**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА
И СФЕРЫ УСЛУГ**

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО СЕРВИСА

С.О. Литвинов

Сибирский университет потребительской кооперации

litvinovso7sem@yandex.ru

В данной работе проведено исследование логистического сервиса и то, как в неуклонно развивающейся сфере логистики наблюдаются заметные изменения, продиктованные глобализацией и эволюцией цифровой среды. Логистический сервис в современной науке характеризуется как целостная совокупность специализированных услуг, целенаправленно формируемых для полного удовлетворения индивидуальных требований потребителей. Исследование указывает на то, что эти услуги составляют кульминационную стадию протекания материальных товаров в рамках логистической сети. В частности, исследователи выделяют, что услуги логистического сервиса по своей сути представляют специфический набор действий, направленных на конечного получателя материальных благ.

Ключевые слова: логистический сервис, логистика, совокупность услуг, материальный поток, логистические цепи

This article investigates logistics service and how the steadily developing field of logistics is experiencing noticeable changes dictated by globalization and the evolution of the digital environment. Logistic service in modern science is characterized as an integral totality of specialized services, purposefully formed to fully satisfy individual consumer requirements. The study indicates that these services constitute the culmination stage of the flow of material goods within the logistic network. In particular, the researchers highlight that logistic service in its essence represents a specific set of actions directed at the final recipient of material goods.

Key words: logistics service, logistics, set of services, material flow, logistics chains

Актуальность проведенного исследования заключается в том, что логистический сервис является неотъемлемой частью современной экономики и играет ключевую роль в обеспечении эффективного перемещения товаров и услуг от производителя к потребителю.

Цель исследования – анализ основных проблем, свойственных для логистического сервиса, а также разработка предложений и возможных способов их решения.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что полученные результаты могут быть использованы в педагогической практике при чтении курсов по логистике.

Практическая значимость исследования: предлагаемые рекомендации могут быть использованы для повышения эффективности логистической системы действующей организации.

На сегодняшний день, известно, что логистический сервис неосязаем, вследствие чего, обладает специфическими свойствами, из-за которых в его реализации образуются проблемы связи и координации. Более подробно эти свойства и их характеристики продемонстрированы в таблице 1.

Таблица 1- Характеристики логистического сервиса

	Свойства	Характеристика свойств
1	Неотделимость от источника сервиса	Услуги отличаются эфемерностью и привязанностью к своему источнику, в том числе, они не могут быть произведены на будущее использование.
2	Непостоянство качества	Вариабельность качества таких услуг носит непостоянный характер и подвержена влиянию внешних неконтролируемых событий, также зависит от специфических требований заказчика.
3	Адресность сервиса	Концепция адресности логистического сервиса подразумевает предоставление решений непосредственно по запросу заказчика.
4	Уникальность сервиса	Логистические сервисы высоко индивидуализированы, обеспечивая каждому клиенту услугу, настроенную под его неповторимые потребности.
5	Несохраняемость сервиса	Сервис нельзя производить в запас
6	Высокая эластичность спроса	Эластичность спроса на данные услуги весьма велика и прямо пропорциональна изменениям ценообразования и доходности

		клиентуры - динамически возрастающей при уменьшении стоимости и повышении благосостояния потребителей.
7	Оперативность	Максимальный экономический результат достигается при скорейшей возможности оказания услуги

Проблемы, присутствующие в логистическом сервисе, прежде всего, связаны с коммуникацией и координацией, они являются одними из основных. Эти проблемы могут возникать как внутри компании, так и между различными участниками логистической цепи.

Внутри организаций коммуникация и координация между отделами или сотрудниками, сегодня является достаточно проблемным местом. Поскольку, неэффективная передача информации о заказе от отдела продаж к отделу логистики может привести к задержкам в обработке заказов и доставке товаров клиентам. Аналогично, что несвоевременная координация деятельности различных подразделений может привести к затруднению работы процессов или дублированию работ, что в конечном итоге не лучшим образом влияет на эффективность всей логистической цепи.

Между звеньями в логистической цепи проблемы коммуникации и координации происходят из-за неполного понимания предпочтений и желаний её участников. Только вот, усложнение координации взаимодействия, происходит, прежде всего, при использовании разных систем учета и отчетности, тем самым, затрудняя выстроить с партнёрами добропорядочные отношения.

Чтобы решить проблемы в логистическом сервисе, связанные с коммуникацией и координацией необходимо применять современные технологии связи. Цифровые платформы, наподобие мобильных приложений от Wildberries, Ozon и СДЭК, являются наглядными примерами современных технологий, предназначенных для эффективного взаимодействия участников деловых процессов. Благодаря их применению, организации способны на оптимизацию потоков информации, в то же время снижая возможности возникновения ошибок и ускоряя общую эффективность работы.

Мобильные технологии и алгоритмы информационной среды предоставляют чрезвычайные возможности для эффективной организации логистических процессов, в частности, путём оптимизации распределения грузовых потоков.

Также, мобильные приложения позволяют логистическим компаниям отслеживать местоположение грузов и контролировать их передвижение в режиме реального времени. Данная технология позволяет оперативно оказывать логистические услуги, реагировать на возможные задержки или проблемы, сокращая все возможные риски. Для того чтобы, использование

приложений приносило пользу, логистические организации в последнее время стали применять технологию блокчейна (рис. 1).

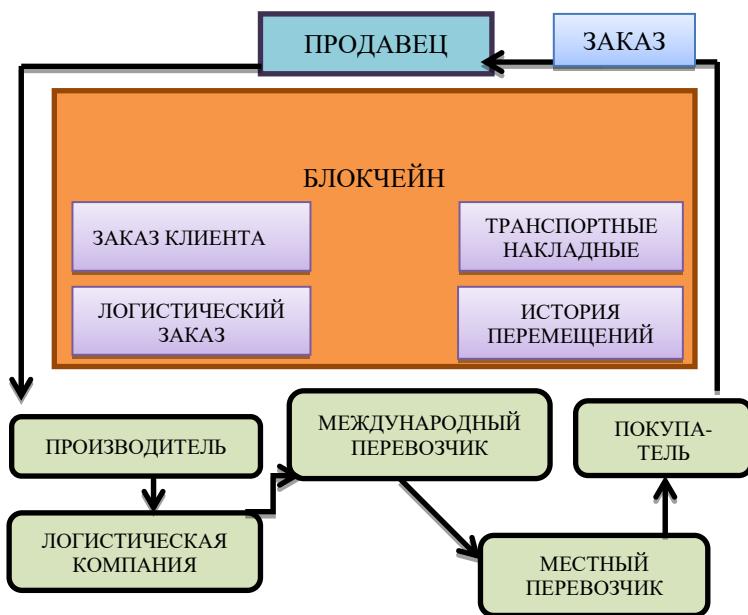


Рисунок 1 – Технология блокчейн в логистике

В сфере логистики последнее время реализуется блокчейн, который функционирует как механизм, облегчающий прозрачность и обеспечивает надёжность транзакций за счёт создания децентрализованной структуры данных. Первостепенная роль этой технологии проявляется в управлении цепочками поставок, гарантируя мониторинг за актуальностью информации и исключение распространённых промахов в предоставлении логистических услуг.

Однако стоит отметить тот факт, что эта технология не решает самую главную проблему в логистическом сервисе, а именно неэффективное использование ресурсов. Эта проблема, существует не только в логистическом сервисе, но и в самой логистической сфере. Данная проблема возникает из-за того, что сейчас в Российской Федерации, нет единой базы данных логистических провайдеров. Все базы данных, которые есть у организаций, использующие мобильные приложения или веб-сайты находятся только в их распоряжении.

Министерство транспорта России взяло на себя роль, по решению этой проблемы. 19 декабря 2023 года была презентована Национальная цифровая платформа для грузоперевозок (НЦТЛП), первые сервисы которой будут доступны в 2024 году. НЦТЛП способствует созданию единого электронного документооборота, при помощи которого сама логистическая сфера получит значительное улучшение.

Основные сервисы экосистемы НЦТЛП представлены на рисунке 2.



Рисунок 2 – Основные сервисы экосистемы НЦТЛП

Первые сервисы платформы появятся в 2024 году. Основными сервисами экосистемы НЦТЛП станут:

- 1.«Единое окно» выдачи перевозочных, товаросопроводительных и разрешительных документов;
- 2.Цифровой профиль участника платформы;
- 3.Предоставление информации о движении грузов;
- 4.Предоставление данных о перевозках и объектах транспортно-логистической инфраструктуры.

Таким образом, упразднение множества этапов бюрократии будет способствовать существенному снижению издержек на перевозку. Кроме того, данный подход даст потребителям логистических услуг свободу выбора оптимальных логистических маршрутов, а это положительно скажется на стоимости и качестве грузоперевозок и логистического сервиса в целом.

Список литературы

- 1.Александров, О. А. Логистика. учеб. пособие / О.А. Александров. - М.: ИНФРА-М. – 2023. – 224 с.

2.Тренды в логистике России в 2024 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/trendy-logistiki-rossii-v-2024-godu/> (дата обращения 20.04.2024).

3.Национальная цифровая транспортно-логистическая платформа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php/> (дата обращения 20.04.2024).

РАЗВИТИЕ PL-ПРОВАЙДЕРОВ ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

А.Д. Огиенко, Т.В. Плотнокова
Сибирский университет потребительской кооперации
ntabalor@mail.ru

Целью настоящего исследования было изучить качество и динамику развития современных PL-провайдеров, определить их ключевые проблемы. Определена основная классификация PL-провайдеров, выделены особенности каждого уровня, а также разработаны условия для появления более высокоуровневых провайдеров на территории России. Показано, что основными проблемами для дальнейшего развития провайдеров являются отсутствие единой базы данных складских помещений, а также доверительных отношений между участниками рынка. В качестве решения предложена разработка электронного сервиса аналогичного существующему для грузоперевозок.

Ключевые слова: PL-провайдеры, логистический аутсорсинг, развитие рынка услуг, виртуальные провайдеры, сервисная логистика

The purpose of this study was to study the quality and dynamics of development of modern PL-providers and identify their key problems. The main classification of PL providers has been determined, the features of each level have been highlighted, and conditions have been developed for the emergence of higher-level providers in Russia. It is shown that the main problems for the further development of providers are the lack of a unified database of warehouse premises, as well as trusting relationships between market participants. As a solution, the development of an electronic service similar to the existing one for cargo transportation is proposed.

Keywords: PL-providers, outsourced logistics, service market development, virtual providers, service logistics

Современная экономика существует в условиях быстроменяющегося VUCA-мира, и для существования множества организаций на рынке необходимо всеми возможными способами стабилизировать своё положение, в лучшем случае рост.

Всё чаще компании задаются вопросом: нужно ли что-то создавать самостоятельно или же прибегнуть к помощи второй стороны. Эта дилемма достаточно близка к известной концепции «Make or buy» (пер. «Сделать или купить»), решение по которой вырабатывается на основании ряда факторов. В случае с логистическими операциями, предприятие может, как самостоятельно содержать автопарк, складские помещения и покрывать все сопутствующие расходы, так и обратиться к транспортным компаниям – логистическим провайдерам.

С течением времени провайдеры всё дальше развивались, в их компетенции добавлялись всё новые услуги, благодаря чему на сегодняшний день существуют многопрофильные PL-провайдеры четвёртого и даже пятого уровней. В их компетенции входят даже коммерция и сетевой бизнес. Но развитие не всегда идёт легко, и на каждом этапе встречаются свои проблемы. Современная ситуация не является исключением.

Актуальность темы обусловлена важностью оперативного решения проблем в бизнесе для создания платформы и дальнейшего успешного развития.

Цель исследования – определение текущего состояния PL-провайдеров, анализ проблем и разработка их решений.

Объектом исследования в работе являются современные PL-провайдеры логистических услуг.

В условиях преобладания рыночных отношений и либерализации экономических процессов, всё большее число рынков стремится к монополистической конкуренции. Более свободный доступ к сырью и другим производственным ресурсам ведёт к появлению новых участников рынка: производителей и поставщиков. Высокая насыщенность участниками приводит к появлению и развитию новой стороны отношений – посредников. Относительно небольшие компании всё чаще приходят к выводу, что содержать собственный автопарк, расширять штат сотрудников водителями и механиками попросту невыгодно, причём как правило руководители ещё и не имеют никакого опыта. Аналогичная ситуация и для складских помещений, что актуально для производственных компаний [4].

Подобным компаниям проще отдать транспортировку и хранение на аутсорсинг специальным компаниям, которые как раз существуют за счёт собственного транспорта и склада. Самым простым примером такого партнёра будет 2PL-провайдер (1PL является, собственно, сам производитель). На их полномочия входят основные функции логистики: транспортировка и хранение, и число таких компаний в России очень велико [1].

3PL-провайдер помимо конкретно транспортировки и хранения также оказывает ряд сопутствующих услуг, упрощающих работу производителю; это комплексные логистические услуги, из которых формируется конкретный

пакет для клиента. Наиболее известными провайдерами можно назвать DPD, DGL и Елтранс Плюс.

4PL-провайдеры имеют высокую вовлечённость в бизнес грузовладельца, занимаются вопросами консалтинга и планирования цепей поставок. Ярким примером могут выступать DHL и GEFCO.

В последнее время за рубежом активно развивается принципиально новый уровень провайдеров – 5PL. Отличительным является то, что они могут даже не обладать собственным транспортом, а обладать информационной базой для подбора провайдеров более низкого уровня. Они называются виртуальными провайдерами, а услуги – сетевой логистикой. Самым популярным провайдером этого уровня как правило называют Amazon [2].

Для систематизации рассмотренных PL-провайдеров приведена следующая классификация (рисунок 1).

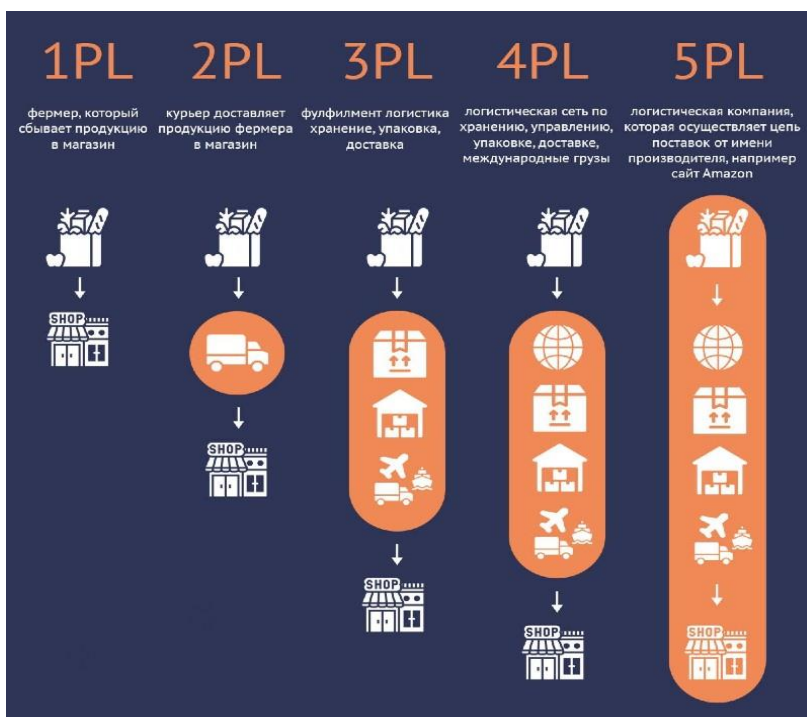


Рисунок 1 – Классификация PL-провайдеров

Появление новых уровней провайдеров во многом связано с двумя условиями: наличие производителей, готовых отдавать логистику на аутсорсинг (т.е. спрос), а также внутренней и внешней готовности рынка.

В России 4PL- и 3PL-провайдеры сталкиваются с целым рядом сложностей: небольшое количество крупных дистрибьюторских центров, слабая цифровизация документооборота и отсутствие нормативно-правовой базы. Все это приводит к тому, что провайдерам приходится трудно, в связи с чем полноценными 4PL- и 3PL-провайдерами «западного образца» назвать их сложно. Некоторые из них могут делать 4PL, например, в Европе, но не делать этого в России. Стоит отметить, однако, что сейчас практически каждая большая компания, оказывающая услуги железнодорожных перевозок, предлагает или начинает предлагать 4PL-сервис [3].

Большое количество компаний всё ещё не готовы отдавать большое число собственных операций сторонней компании, особенно напрямую влияющие на её безопасность и стабильность. Это ставит коммерческие функции, страхование товаров и экспедирование под вопрос.

Наибольшим темпом развития в России обладают 3PL-провайдеры, что подтверждается высоким ростом объёма рынка. 4PL-провайдеры же потенциально могут развиваться в сфере железнодорожного транспорта за счёт широкой транспортной сети и инфраструктуры.

Для появления 5PL-провайдеров необходимо наличие развитой информационной логистики, а также большой доли компаний с активным присутствием в цифровой среде. На текущий момент существует сервис *ati.su*, включающий в себя базу грузоотправителей и транспортных компаний. Специалисты-посредники могут использовать данный инструмент с точки зрения транспортной логистики, однако для складской логистики аналогичные сервисы отсутствуют [5].

Разработка аналога *ati.su* с базой складских помещений и грузов создаст основу для работы виртуальным провайдерам, а также приведёт к появлению рейтинга компаний. Отслеживание и расчёт качества компаний также будет являться стимулом к усилению конкурентной борьбы среди компаний, в конечном итоге приводя к повышению качества о количества оказываемых услуг. Также появление открытого и общепринятого рейтинга снизит востребованность личных списков надёжных и ненадёжных компаний.

Дальнейшим этапом развития среды виртуальных провайдеров можно назвать интеграцию рассмотренных сервисов для упрощения выстраивания цепочек поставок. Во избежание потенциальных проблем при разрозненной работе сервисов, единый инструмент должен обладать оперативной и синхронизированной информацией из обоих ресурсов.

Таким образом, развитие PL-провайдеров высших уровней возможно, однако для их появления необходимо разрабатывать цифровые сервисы для складской логистики, а также обновлять имеющиеся сервисы для транспортной логистики. Также необходимо развивать добросовестные отношения между участниками рынка, что повысит безопасность и взаимное доверие.

Список литературы

1. Бахатов Р. М. Аналитический обзор PL-провайдеров в логистике, их функции и отличия / Р. М. Бахатов // Современная наука и образование: актуальные вопросы теории и практики. – 2023. – №2. – С. 31-33.
2. Кархова С. А. От 5PL-провайдеров к логистике нулевого уровня / С. А. Кархова // Economic Consultant. – 2019. – №1. – С. 17-23.
3. Ким Е. В. 3PL и 4PL провайдеры на рынке логистических услуг / Е. В. Ким // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2019. – №12-3 (39). – С. 76-78.
4. Кудина А. В. Аутсорсинг в логистике / А. В. Кудина, Е. П. Лахтина, Г. В. Савин // Россия: тенденции и перспективы развития. – 2021. – С. 366-368.
5. Покровская О. Д. Генезис логистических транспортных систем уровня 5PL в свете новых антиросийских санкций / О. Д. Покровская // Бюллетень результатов научных исследований. – 2022. – №2. – С. 141-163.

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫМИ ТОВАРАМИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Д.Н. Черняк, В.А. Суровцева

Сибирский университет потребительской кооперации
dianatcherniak@yandex.ru

Статья посвящена исследованию динамики розничной торговли продовольствием в Российской Федерации. Цель исследования - рассмотреть состояние розничной торговли в РФ, а также выявить тенденции развития отрасли и сформулировать проблемы. Информационной базой послужили данные Росстата. Научная новизна заключается в оценке динамики продаж в сопоставимых ценах, а также в выявлении тенденций в ассортиментном и региональном разрезе. В результате исследования выявлены тенденции и проблемы развития розничной торговли РФ и предложены пути их решения в условиях новых вызовов.

Ключевые слова: потребительский рынок, розничная торговля, продовольственные товары, тенденции развития, поведение потребителей

The article is devoted to the study of the dynamics of retail food trade in the Russian Federation. The purpose of the study is to examine the state of retail trade in the Russian Federation, as well as to identify trends in the development of the industry and formulate problems. Rosstat data served as the information base. The scientific novelty lies in assessing the dynamics of sales at comparable prices, as well as in identifying trends in assortment and regional sections. Research results:

identification of trends and problems in the development of retail trade in the Russian Federation and the proposal of ways to solve them in the face of new challenges.

Keywords: consumer market, retail trade, food products, development trends, consumer behavior

Сектор розничной торговли представляет собой конечный этап технологической цепочки на потребительском рынке. В связи с этим его роль в удовлетворении потребностей населения и повышении качества жизни велика. Этим определяется внимание исследователей к изучению тенденций в сфере розничной торговли. Результаты таких исследований служат основой для разработки как краткосрочных, так и долгосрочных прогнозов развития потребительского рынка.

Кроме того, розничная торговля, как ключевой элемент инфраструктуры городов любого региона, тесно связана с жизнедеятельностью граждан нашей страны. Следовательно, от её состояния напрямую зависит удовлетворённость потребностей по пирамиде Маслоу в некоторых её «ступенях».

Поскольку сегмент розничной торговли является крайне изменчивым и чувствительным к переменам, он сильно зависит как от внутренних, так и внешних факторов: политической, экологической, социальной, духовной сферы устройства жизни современного человека.

В последнее десятилетие совокупность множества детерминирующих факторов внутренней и внешней среды макроэкономики не раз дестабилизирующе влияли на жизнь общества. В их числе - локдаун, COVID-19, геополитическое напряжение на карте мира в отношении России. Это впоследствии перетекло в санкционные флуктуации: изменение схем поставок и производства товаров, импорта необходимого оборудования и комплектующих для пищевой промышленности и производства товаров первой необходимости. В совокупности все эти факторы оказали существенное влияние на динамику продаж. При этом в условиях кризиса более значимым является сегмент розничных продаж продовольствия.

Динамика розничных продаж продовольственных товаров в России представлена в таблице 1 [1, 2].

Как видно из данных таблицы 1, оборот розничной торговли в России за анализируемый период показывает непосредственное влияние на него дестабилизирующих факторов. Так, товарооборот с 2010 по 2015 год демонстрирует стабильный и уверенный темп роста. Общий прирост продаж за этот период составил 66,7%. При этом физический объем продаж также возрос на 60,5%. В последующие годы заметно снижение темпов прироста розничного товарооборота. Например, за 2015-2020 годы базисный темп прироста составил только 23,3%, что почти в 3 раза ниже темпов предыдущего пятилетия. Вместе с тем менее существенно замедление

продаж продовольственных товаров, включая табачные изделия. Прирост за этот же период составил уже 23,9%, а в сопоставимых ценах – 31,6%, что обусловлено снижением темпов инфляции по продовольственным товарам до 7,7% в 2020 году. За 2020-2023 годы товарооборот розничной торговли продолжают расти. При этом рост физического объема продаж опережает рост в фактических ценах, что является положительной тенденцией в условиях инфляции. Однако динамика в продаже продовольствия иная.

Таблица 1 – Оборот розничной торговли в РФ за 2010-2022 годы, трлн руб.

Показатели	2010 г.	2015 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	Базисный темп роста, %
Товарооборот всего:						
- в фактических ценах;	16,5	27,5	33,9	39,5	42,6	258,2
- индекс цен;	1,088	1,129	1,049	1,084	1,119	-
- в сопоставимых ценах	15,2	24,4	32,3	36,4	38,1	250,7
В том числе продукты питания, включая напитки, табачные изделия						
- в фактических ценах;	8,0	13,4	16,6	18,6	21,0	262,5
- индекс цен;	1,142	1,148	1,077	1,122	1,104	-
- в сопоставимых ценах	7,0	11,7	15,4	16,6	19,0	271,4
Доля продуктов питания, включая напитки, табачные изделия, в общем объеме продаж, %						
- в фактических ценах;	48	49	49	47	49	-
- в сопоставимых ценах	46	48	48	46	49	-

Так, наметилась тенденция снижения продаж продовольственных товаров в сопоставимых ценах. Если прирост общего объема продаж продовольствия в фактических ценах за выделенный период составил 26,5%, то физический объем продаж составил 23,4%. В целом доля продуктов питания, включая напитки и табачные изделия, в сопоставимых ценах возросла с 46% в 2010

году до 49% в 2022 году. Это свидетельствует об изменении структуры спроса в пользу продовольствия, что характерно при ухудшении экономического положения потребителей.

Результаты исследования потребительского поведения в 2022 году показали, что потребители переходят в режим вынужденной экономии. Так, продукты питания составляют в российских семьях самую большую статью расходов, что составляет 35%. Традиционно для большинства потребителей при выборе товаров ключевыми являются такие факторы, как вкус (89%) и цена (87%). Отсюда повышение интереса потребителей к различного рода промоакциям [3].

Рассмотрим дополнительно структуру потребления продовольственных товаров (табл. 2) [1].

**Таблица 2 – Товарная структура оборота розничной торговли Российской Федерации за 2010-2022 годы
(в фактических ценах, в % к итогу)**

Товарные группы	2010 г	2020 г	2021 г.	2022 г.	Изменение за период, (+,-)
Все товары, в т.ч.	100,0	100,0	100,0	100,0	-
Пищевые, включая напитки и табачные изделия, из них:	48,5	49,0	47,0	49,4	+0,9
- мясо и мясная продукция, включая птицу	8,0	7,8	7,3	7,5	-0,5
- молочная продукция	3,6	4,4	4,2	4,5	+0,9
- свежие овощи и фрукты	3,2	3,6	3,4	3,6	+0,4
- рыба и морепродукты	1,9	2,1	1,9	2,0	+0,1
- хлеб и хлебобулочные	2,3	2,4	2,2	2,4	+0,1
- кондитерские изделия	3,0	3,4	3,3	3,7	+0,7
- алкогольные напитки	7,6	6,7	6,3	6,6	-1,0
- табачные изделия	1,4	2,9	2,8	2,9	+1,5
- прочие товары	17,5	15,7	15,6	16,2	-1,3
Непродовольственные товары	51,5	51,0	53,0	50,6	-0,9

Данные таблицы 2 демонстрируют изменения в структуре потребления за анализируемый период. Так, в целом на 0,9% возросла доля пищевых продуктов, включая напитки и табачные изделия. Однако в разрезе большинства выделенных групп наблюдается прирост доли продаж. Так, к

позитивным тенденциям можно отнести рост потребления молочной продукции, свежих овощей и фруктов, рыбы и рыбопродуктов. Положительным является снижение доли потребления алкогольной продукции, в объеме которой отражается существенный рост цен. К отрицательным тенденциям следует отнести снижение потребления мяса и мясопродуктов и их замещение ростом потребления хлеба, хлебобулочных и кондитерских изделий. Кроме того, существенно возросла за анализируемый период доля потребления табачных изделий (+1,5%), что является доказанным фактором негативного влияния на здоровье потребителей и окружающих.

Учитывая особенности географического положения Российской Федерации, целесообразно выполнить анализ продаж в разрезе федеральных округов. Исходные данные приведены в таблице 3[4].

Таблица 3 – Оборот розничной торговли в разрезе федеральных округов РФ за 2010-2022 годы (в фактических ценах, трлн руб.

Федеральный округ	2010 г.	2015 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	Базисный темп роста, %
Российская федерация	16,5	27,5	33,9	39,5	42,6	257,9
Центральный федеральный округ	5,6	9,3	11,8	13,9	14,3	252,8
Северо-Западный федеральный округ	1,5	2,6	3,4	4,1	4,4	284,9
Южный федеральный округ	1,5	2,6	3,5	4,3	4,8	324,0
Северо-Кавказский федеральный округ	0,8	1,5	1,6	1,9	2,1	265,6
Приволжский федеральный округ	3,0	4,9	5,8	6,6	7,3	243,4
Уральский федеральный округ	1,6	2,5	2,8	3,2	3,4	211,0

Сибирский федеральный округ ¹	1,8	2,7	2,9	3,4	3,8	217,3
Дальневосточный федеральный округ ¹	0,7	1,2	1,9	2,1	2,4	368,7

¹ Начиная с 2018 г. информация по Республике Бурятия и Забайкальскому краю включена в Дальневосточный федеральный округ (в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 03.11.2018 г. №632). До 2018 г. информация по Республике Бурятия и Забайкальскому краю включена в итог по Сибирскому федеральному округу.

Как видно из данных таблицы 3, в разрезе федеральных округов виден значительный процентный разброс по базисному темпу роста. Например, самый высокий темп роста имеет Дальневосточный ФО, однако фактически он лишь начал своё развитие при сравнении с другими регионами. Изначально централизованное построение производственных баз и потребительских рынков вокруг Центрального ФО позволяет ему наиболее активно развиваться. В целом видно общее развитие как изначально слабых, так и вполне развитых федеральных округов.

К числу динамично развивающихся округов, где темпы роста выше среднего уровня по стране, можно отнести также Южный федеральный округ (324%), Северо-Западный федеральный округ (284,9%), Северо-Кавказский федеральный округ (265,6%). Однако доля продаж в совокупном объеме по данным округам невелика. Так, доля Северо-Кавказского федерального округа составляет лишь 4,9%.

К числу аутсайдеров по динамике развития розничной торговли можно отнести Уральский федеральный округ (211%) и Сибирский федеральный округ (217,3%). Таким образом, территории за Уралом по-прежнему отстают в своем экономическом развитии. Исключение составляет Дальневосточный регион, что связано с переориентацией логистических цепочек в страны Азии. Возрождение строительства БАМ позволит в перспективе изменить тенденции развития на территории Урала и Сибири.

Таким образом, по результатам проведенного исследования можно сформулировать обобщающие выводы:

- 1) наметилась незначительная тенденция роста продаж продовольственных товаров, что характерно в условиях ухудшения экономического положения потребителей;
- 2) под влиянием ценовых факторов меняется поведение потребителей, которые стараются экономить на расходах, в том числе и на продукты питания, за счет поиска предпочтительных ценовых предложений;
- 3) в структуре потребления наметились как положительные, так и отрицательные тенденции. В частности, снизилось потребление мяса и

мясопродуктов, включая птицу, которое замещается потреблением хлеба и хлебобулочных изделий;

4) в региональном разрезе, по-прежнему имеет место неравномерность экономического развития.

Санкционный режим в течение десятилетий побудил власть оперативно искать пути решения проблем, ключевой из которых является продовольственная безопасность. В связи с этим начался процесс развития аграрного сектора, импортозамещения, оптимизации путей товародвижения. Обращает на себя внимание тот факт, что активно развиваются регионы, попавшие в сферу государственного протекционизма. Решение выявленных проблем, по нашему мнению, должно осуществляться в следующих направлениях:

1) продолжение государственной политики экономической поддержки населения с низкими доходами;

2) дальнейшее развитие собственной продовольственной базы;

3) обеспечение равномерного экономического развития всех региональных субъектов хозяйствования за счет оптимального распределения ресурсов государства.

Реализация этих мероприятий позволит выровнять качество жизни населения на всей территории Российской Федерации. При этом в условиях современных вызовов стратегически значимы максимальная независимость от импортных товаров и развитие альтернативных связей.

Список литературы

1. Торговля в России. 2023: Стат. сб./ Росстат: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13233> (дата обращения: 27.04.2024).

2. Индексы потребительских цен на товары и услуги в РФ за 2010-2022 годы: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistics/price> (дата обращения: 27.04.2024).

3. Потребители пересмотрели рацион. Как в прошлом году поменялись предпочтения потребителей [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://www.agroinvestor.ru/markets/article/39533-potrebiteli-peresmotreli-ratsion-kak-v-proshlom-godu-menyalis-predpochteniya-pokupatelye/> (дата обращения: 27.04.2024).

Росстат/ Розничная торговля и общественное питание: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistics/roznichnayatorgovlya> (дата обращения: 27.04.2024).

КИБЕРТЕРРОРИЗМ: НОВОЕ ЛИЦО УГРОЗЫ

Ж.Ж. Голубев, А.Д. Старикова
Томский государственный университет
starikovaanuta.2004@yandex.ru

В статье рассматривается актуальная проблема нарастающего числа кибертеррористических атак и условия и порядок их правового регулирования. При этом авторы обнаружили отсутствие легального определения «кибертерроризм» в Уголовном Кодексе, что создает значительные трудности при правовом регулировании данной сферы. В статье предлагается разработать норму-дефиницию для этого термина, объясняющую его сущность и особенности. В статье рассматривается история возникновения киберпреступлений, а также случаи из судебной практики.

Ключевые слова: кибератаки, хакинг, кибертерроризм, критическая инфраструктура, киберпреступление

This article addresses the pressing issue of the increasing number of cyberterrorist attacks and the conditions and procedures for their legal regulation. The authors have discovered a lack of a legal definition of "cyberterrorism" in the Criminal Code, which creates significant difficulties in legally regulating this area. The article proposes developing a normative definition for this term, explaining its essence and characteristics. The article examines the history of the emergence of cybercrimes and cases from judicial practice.

Keywords: cyber attacks, hacking, cyberterrorism, critical infrastructure, cybercrime

История кибертерроризма начинается с развития компьютерных технологий во второй половине XX века. Первые случаи кибератак относятся к 1980-м годам, когда хакеры начали проникать в компьютерные сети и системы. Однако, настоящий рост кибертерроризма произошел в последние два десятилетия, с появлением все более сложных и мощных инструментов для атак.

Актуальность проблемы состоит в том, что существует ряд законодательных пробелов. Кроме того, в современном мире повсеместно идет развитие цифровых кафедр на юридический факультетах, а также программ цифровой юриспруденции. При этом выработка путей

совершенствования законодательства позволит сформулировать проект закона о внесении изменений в действующее законодательство.

Известно, что кибертерроризм проявляется в разнообразных формах: начиная от DDOS-атак на интернет-ресурсы до проникновения в государственные информационные системы. Существует множество способов осуществления таких атак, включая фишинг (обман пользователей для получения доступа к секретным данным), вредоносное ПО (мальварь), а также хактивизм — использование хакинга для передачи политических или социальных сообщений и другие методы. Кроме того, кибератаки также могут быть направлены на получение конфиденциальной информации. Хакеры могут проникать в компьютерные системы правительственных организаций или корпораций с целью кражи государственных секретов, интеллектуальной собственности или финансовой информации.

Таким образом, кибертерроризм имеет серьезные последствия для национальной безопасности и экономики. Поэтому превентивные меры и борьба с кибертерроризмом являются важными задачами для государства и международного сообщества. Государства должны активно разрабатывать и внедрять законы и политику, направленные на предотвращение кибертеррористических актов. Они должны также создавать специализированные органы, ответственные за обеспечение киберзащиты и борьбу с кибертерроризмом.

Примером международного взаимодействия в области кибербезопасности служит Европейский центр борьбы с киберпреступностью (ЕСЗ), задачей которого является согласование усилий стран-членов ЕС по противодействию киберпреступлениям. Аналогичная инициатива реализована в России в 2018 году с созданием Национального координационного центра по компьютерным инцидентам (НКЦКИ), организованного под эгидой ФСБ РФ. Основные функции этого центра заключаются в анализе данных о кибератаках, направленных против критически важной информационной инфраструктуры страны.

Правовые основы борьбы с кибертерроризмом: проблемы и перспективы

Известно, что 23 ноября 2001 года страны-участницы Совета Европы приняли участие в подписании Конвенции, регулирующей действия в области компьютерной преступности. Этот документ определил основные принципы международного взаимодействия для борьбы с киберпреступностью, установил категории нарушений, дополнительные меры ответственности и предусмотренные санкции.

Вместе с тем, Российская Федерация не подписала этот международный акт, мотивируя свой отказ риском ущерба суверенитету, национальной безопасности государства, а также правам и законным интересам граждан и юридических лиц, основываясь на положениях статьи 32, пункт «б» Конвенции. Кроме того, с 2022 года Россия также вышла из состава Совета Европы.

16 июня 2009 года в Екатеринбурге было подписано «Соглашение между правительствами государств-членов Шанхайской организации сотрудничества о взаимодействии в сфере гарантирования международной информационной безопасности». Вторая статья этого соглашения описывает информационный терроризм как одну из угроз в сфере международной информационной безопасности.

В России также были приняты законы, указы и доктрины для борьбы с кибертерроризмом. Так, 5 декабря 2016 года была одобрена В.В. Путиным Доктрина информационной безопасности РФ, в которой определены национальные интересы и угрозы в информационной сфере, цели и направления действий по обеспечению безопасности.

Согласно части 6 статьи 10 Федерального закона от 27 июля 2006 года №149, запрещается распространение информации, способствующей пропаганде войны, возбуждения национальной, расовой или религиозной розни и вражды, а также иной информации, распространение которой влечет за собой уголовную или административную ответственность.

Концепция противодействия терроризму в РФ от 5 октября 2009 года включает задачи подготовки специалистов в области противодействия терроризму, в том числе кибертерроризму.

Указ Президента РФ от 2 июля 2021 года № 400 "О стратегической национальной безопасности РФ" в пунктах 48-56, посвященных информационной безопасности, определяет основную задачу как укрепление информационного суверенитета России. Это становится особенно актуальным на фоне участвовавших случаев распространения ошибочной информации, а также увеличения числа кибератак на российские информационные структуры и других вызовов. В рамках этой задачи выделяются следующие направления: создание надежной атмосферы для обращения достоверной информации, усиление защиты информационных систем, разработка и укрепление возможностей для ответных информационных действий, а также совершенствование механизмов прогнозирования, обнаружения и предотвращения возможных угроз в сфере информационной безопасности.

Однако существуют ряд проблем по правовой регламентации, так как выделяются два подхода в криминализации кибертерроризма.

В соответствии с первым, более обширным подходом, понятие кибертерроризма в законодательстве не имеет четкого определения.

Однако, правовая сфера предоставляет возможность интерпретировать существующие законы о терроризме так, чтобы они включали и другие виды происшествий, создающих общественную угрозу, хотя они и не описаны непосредственно в тексте закона. Примером такой законодательной практики служат статьи уголовных кодексов нескольких стран СНГ, включая статьи 214 УК Азербайджана и 205 УК России, где перечислены типичные составы

террористических действий, а также обобщаются потенциально опасные действия.

Подходя ко второму более узкому подходу, законодательства многих зарубежных стран предусмотрены специальные статьи, касающиеся кибертерроризма как отдельного вида преступления. Например, в Грузии с 2006 года кибертерроризм признан уголовным преступлением по ст. 324.1 УК Грузии.

Законодательство Индии также предусматривает широкое определение кибертерроризма в Законе о информационных технологиях 2000 года (ст. 66F). Данный акт подробно описывает особенности преступлений, совершаемых в сфере информационных технологий, подчеркивая опасный характер таких действий для общественных интересов. Кроме терроризма в традиционном понимании, закон уточняет иные серьезные последствия действий правонарушителя, включая нарушение функционирования жизненно важных услуг или повреждение критически важной информационной инфраструктуры.

Однако, большая часть ведущих отечественных исследователей считают, что введение новой дефиниции не является необходимым. Так, Е.В. Старостина и Д.Б. Фролов отмечают, что существующие формулировки в ст. 205 УК РФ уже достаточны для возложения ответственности за кибертерроризм. Решение Пленума Верховного Суда РФ от 9 февраля 2012 г. также предоставляет основания для интерпретации различных действий, включая те, что происходят в киберпространстве. В.Н. Черкасов выражает мнение, что такая детализация может нарушить принципы уголовного права, ведя к необоснованному расширению терминологии и возможному появлению новых правонарушений, таких как кибермошенничество и киберклевета.

Тем не менее, И.Г. Чекунов предлагает внести в ст. 205 УК РФ новую часть 2, которая устанавливает ответственность за теракты, совершаемые путем несанкционированного доступа к компьютерным системам. Это предложение нашло поддержку у Е.С. Саломатиной и Е.Н. Молодчая. Кроме того, в 2017 году несколько депутатов Госдумы предложили определить создание так называемых групп смерти в социальных сетях как кибертерроризм. В дальнейшем М. Емельянов предложил расширить это определение на вербовку сторонников террористических идей через социальные сети, однако эти инициативы не получили законодательной реализации.

Таким образом, выявив пробел в законодательстве, следует ввести следующую дефиницию: кибертерроризм – деятельность, направленная не только на финансовое обогащение или разрушение критической инфраструктуры, но и оказывающая влияние на политическую ситуацию с использованием компьютерных технологий, а именно фишинг, хакинг, кибершпионаж и иные, в террористических целях. Следовательно, отличия

кибертерроризма заключается в следующем: тайное преступное деяние, осуществляется с применением компьютерных технологий, имеет глобальные цели по разрушению критической инфраструктуры и иные признаки.

Список литературы

1. Конвенция о преступности в сфере компьютерной информации от 23.10.2001 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rm.coe.int/1680081580> (дата обращения: 24.04.2024).
2. Соглашение между Правительствами государств-членов Шанхайской организации сотрудничества о сотрудничестве в области обеспечения международной информационной безопасности от 16.06.2009 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/902289626> (дата обращения: 13.04.2024).
3. Федерального закона от 27.07.2006 № 149 «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ (дата обращения: 14.04.2024).
4. Указ Президента РФ от 5 декабря 2016 г. № 646 «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_208191/ (дата обращения: 13.04.2024).
5. Указ Президента РФ от 02.07.2021 № 400 «О стратегической национальной безопасности Российской Федерации». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_389271/ (дата обращения: 10.04.2024).
6. Лобач Д.В. Национальный уголовно-правовой опыт противодействия кибертерроризму в современных условиях / Д. В. Лобач, Е. А. Смирнова, О. И. Мирошниченко // Образование и право. – 2020. – № 7. – С. 300.
7. Кулешова Г.П. Правовые основы противодействия кибертерроризму в России и за рубежом с позиции общественно-политического измерения / Г.П. Кулешова, Е.А. Капитонова, Г.Б. Романовский // Всероссийский криминологический журнал. – 2020. – Т. 14, № 1. – С. 156–165.

КАК ПОКОЛЕНИЕ Z ПРЕДСТАВЛЯЕТ СЧАСТЬЕ В ЦИФРОВОМ МИРЕ

К.И. Мишин

Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики
kirillmisnin2019@mail.ru

В современном обществе вопрос о счастье занимает центральное место в жизни человека. Счастье является одной из важнейших целей, к которой стремятся множество людей. Оно олицетворяет состояние удовлетворенности, радости и благополучия. Современная молодежь, живущая в эпоху интенсивных социальных изменений быстрого развития технологий, сталкивается с разнообразными вызовами и стрессами, которые могут влиять на их восприятие счастья. Молодежь как активная и динамичная часть общества, становится объектом особого внимания исследователей в контексте изучения феномена счастья.

Ключевые слова: счастье, молодёжь, самоактуализация, эмоции, потребности, цифровая среда

In modern society, the question of happiness occupies a central place in human life. Happiness is one of the most important goals that many people strive for. It represents a state of contentment, joy and well-being. Today's youth, living in an era of intense social change and rapid technological development, face a variety of challenges and stresses that can affect their perception of happiness. Young people as an active and dynamic part of society, become the object of special attention of researchers in the context of studying the phenomenon of happiness.

Keywords: happiness, youth, self-actualization, emotions, needs, digital environment

В современном обществе проблема счастья занимает одно из важнейших мест в жизни людей. Счастье олицетворяет состояние удовлетворенности, радости и благополучия, которого каждый стремится достичь. По данным ВЦИОМ, который регулярно исследует уровень счастья в российском обществе, в марте 2024 года 36% соотечественников чувствовали себя абсолютно счастливыми, а еще 48%, скорее счастливыми [1].

Счастье – «понятие, обозначающее высшее благо как завершенное, самоценное, самодостаточное состояние жизни; общепризнанная конечная субъективная цель деятельности человека» [4]. Большая советская энциклопедия трактует счастье как «состояние человека, которое соответствует наибольшей внутренней удовлетворенности условиям своего бытия, полноте и осмысленности жизни, осуществлению своего человеческого назначения» [2]. В современной науке одним из исследователей феномена счастья является М. Аргайл [1]. Он полагал, что важнейшее значение для современного человека имеет поддержка членов

семьи, профессиональное становление личности, положительные эмоции человека в личной жизни и в отношениях с коллегами. Кроме того, очень актуально занятие любимым делом, хобби, путешествия и пр. Немаловажным условием счастливой жизни является здоровье человека, что актуализирует необходимость его поддержания и заботы о себе.

С развитием науки, технологий, приближением общества к постиндустриальной эпохе, понимание и стремление к счастью у представителей нынешнего поколения Z приобрели новые аспекты и особенности. Так жизнь современного человека во многом связана с компьютеризацией и медиа, что накладывает отпечаток на представления о счастье. Психологические особенности представителей цифрового поколения обусловлены особенностями их социализации, которая тесно связана с сетью Интернет, доступностью информации и пр. Соответственно, их представления о счастье связаны с возможностью их реализации в цифровой среде, владением информацией. Обладание средствами связи, гаджетами и другими возможностями функционирования в информационном мире позволяют молодым людям чувствовать себя уверенными, функционировать свободно, без привязки к определенному месту. В то же время широкие возможности работать удаленно делают ценность дома для представителей поколения Z очень высокой.

Особый способ мышления представителей цифрового поколения, так называемое клиповое мышление, также оказывает значительное влияние на их способность воспринимать окружающую действительность, а, соответственно, и на их представления о счастье.

В то же время современная молодежь, живущая в эпоху быстрого развития технологий и социальных изменений, сталкивается с разнообразными вызовами и стрессами, которые могут влиять на их восприятие счастья.

С целью выявления ключевых составляющих счастья для современной молодежи было проведено социологическое исследование в виде опроса. В данном исследовании приняли участие люди, возраст которых составлял 17-25 лет. Большую часть опрошенных составляли представители мужского пола (75%), и остальная часть (25%) женского пола.

Для большинства опрошенных (13%) содержание счастья составляет благополучие в семейной жизни. Также важно для молодых людей собственное душевное спокойствие, которое рассматривается как счастье (12%). Деньги в качестве эталона счастья выбрали так же 12% респондентов.

Среди ответов о содержании счастья были такие как свобода (10%), возможность саморазвития (10%), хорошее настроение и пр.

Факторы, определяющие счастье респондентов, оказались следующими: 21 % опрошенных назвали уровень самореализации и достижений, еще 21 % полагают, что это уровень финансового благополучия. По 19 % опрошенных считают, что счастье определяется качеством отношений с близкими и

уровнем удовлетворенности работой или учебой. То есть, стремление к самоактуализации для современной молодежи довольно значительно.

Опрошенные молодые люди часто испытывают чувство счастья в повседневной жизни. 53% практически каждый день, а 20 % изредка, раз в месяц. Очень редко, не чаще, чем раз в год испытывают счастье около 7 % опрошенных.

Большинство респондентов (73%) связывают чувство счастья с материальным фактором.

Обретение счастья для респондентов в большинстве связано с постановкой и достижением целей (27%), но все-таки некоторые считают, что счастье можно обрести с помощью удачи (18%). Для 13% молодых людей счастье заключается в помощи другим людям.

Чаще всего препятствием на пути к достижению счастья выступают конфликты в семье (16 %), финансовое неблагополучие (16%), болезни (15%), несчастная любовь (12%).

Большая часть опрошенных (67 %) полагают, что социальные медиа положительно влияют на их восприятие счастья, так как позволяют человеку находить новую, интересную информацию (хобби, путешествия, саморазвитие, возможность общения с друзьями и пр.).

Преодолевать стресс, негативные эмоции и поддерживать в себе чувство счастья молодым людям помогает общение с друзьями (28%), отдых в течение дня, прогулки, приятные занятия (25 %), хобби, увлечения (25%).

Таким образом, чувство счастья является очень важным для современной молодежи. В состоянии счастья человек стремиться стать лучше, эффективнее работать, налаживать связи с другими людьми, проявлять альтруизм и заботу о себе. Если человеку недоступно чувство счастья в реальной жизни, он, возможно, будет искать его в азартных играх, алкоголе и других асоциальных вещах, поэтому повышение ощущения состояния счастья является важной целью для современного общества.

Список литературы:

1. Счастье в России: Мониторинг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/schaste-v-rossii-monitoring-18042024> (дата обращения: 13.04.2024).
2. Новая философская энциклопедия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://gufo.me/dict/philosophy_encyclopedia/%D0%A1%D0%A7%D0%90%D0%A1%D0%A2%D0%AC%D0%95 (дата обращения: 26.04.2024).
3. Большая советская энциклопедия. Счастье. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gufo.me/dict/bse/> (дата обращения: 09.04.2024).
4. Маслоу А.Х. Маслоу о менеджменте: самоактуализация. Просвещ. менеджмент. Орг. теория / А.Х. Маслоу; [пер. с англ. Левкина Н., Чех А.]. - Москва [и др.]: Питер. – 2003. – 413 с.

5. Словарь по этике / под ред. А.А. Гусейнова и И.С. Кона. – М.: Политиздат. – 1989. – 447 с.
6. Аргайл М. Психология счастья / М. Аргайл. – СПб.: Питер. – 2003. – 271 с.
7. Яворчук Н. А. Меняющийся смысл счастья: обзор концепций счастья в зарубежных и отечественных психологических исследованиях / Н. А. Яворчук // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2023. – № 12-5(87). – С. 49-53. – DOI 10.24412/2500-1000-2023-12-5-49-53.

ЗНАКИ ПРЕПИНАНИЯ – ИСТОЧНИК НЕДОРАЗУМЕНИЙ ИЛИ ИНСТРУМЕНТ КОММУНИКАЦИЙ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

А.С. Рыльская

Сибирский государственный университет информатики и телекоммуникаций
alexrylskaya@mail.ru

В статье рассматривается эффект использования знаков препинания на понимание и интерпретацию сообщений в сети. Исследование включает анализ текстовых сообщений с разнообразными знаками препинания, что наглядно демонстрирует различия в их восприятии. В статье представлены гипотезы, которые были проверены путем опроса студентов второго курса СибГУТИ. Результатом исследования станут рекомендации по улучшению качества общения в сети через корректное и эффективное использование знаков препинания. Рекомендации могут быть полезны как обычным пользователям, так и специалистам в области коммуникаций.

Ключевые слова: знаки препинания, сеть, сообщения, восприятие, пользователь

The article examines the effect of using punctuation marks on understanding and interpreting messages on the web. The study includes an analysis of text messages with various punctuation marks, which clearly demonstrates the differences in their perception. The article presents hypotheses that were tested by interviewing second-year students of SibGUTI. The result of the study will be recommendations for improving the quality of online communication through the correct and effective use of punctuation marks. The recommendations can be useful for both ordinary users and specialists in the field of communications.

Keywords: punctuation marks, network, messages, perception, user

В настоящее время виртуальное общение обретает невербальные средства передачи информации, в виде аудио-видеосообщений. Но не всегда и не для всех это оказывается удобным. Правильное использование знаков препинания может помочь передать интонацию, выделить важные моменты, а также показать эмоциональное состояние автора текста. Без них сообщения

могут казаться сухими, бесчувственными или, наоборот, агрессивными и вызывающими негативные реакции.

Считается, что У. Шекспиру принадлежит слова о том, что знаки препинания — это паузы, которые делают текст более понятным и выразительным. Известный писатель Дэниэл Киз также подчеркнул важность правильного использования запятых: «Можно, потерять, много денег, если, запятая, стоит, не, там» [2]. В свою очередь, поэт и сатирик Ашот Наданян выразил свое видение знаков препинания, отмечая, что восклицательные знаки предназначены для лозунгов, вопросительные — для анкет, точки — для законов, тире — для афоризмов, а запятые — для списков продуктов, которые жёны пишут мужьям [1].

За последние годы многие из нас забыли о важности знаков препинания. Отсутствие или неправильное использование знаков препинания при общении в сети может привести к недоразумениям и конфликтам. Ведь трудно понять истинное намерение человека, когда знаки препинания отсутствуют или используются неправильно.

Объект исследования: текстовые сообщения в сообщениях социальных сетях и мессенджерах.

Цель исследования: изучить эффект использования знаков препинания на понимание и интерпретацию сообщений при общении в сети.

Для достижения этой цели были сформулированы следующие задачи:

1. Рассмотреть несколько вариантов текстовых сообщений с использованием разных знаков препинания и оценить их эффект в коммуникации.

2. Провести опрос с целью выявления предпочтений в использовании знаков препинания в сообщениях в социальных сетях.

3. Сравнить результаты и разработать рекомендации по корректному и эффективному использованию знаков препинания.

В текстах социальных сетей действительно наблюдаются значительные отклонения от традиционных правил пунктуации. Одна из наиболее заметных тенденций — редко используемые точки в конце предложений. Это приводит к тому, что текст выглядит как единый поток информации, где трудно определить границы отдельных мыслей. Такая практика затрудняет восприятие и понимание написанного (рисунок 1, 2):



Рисунок 1 – Пример сообщения в мессенджерах

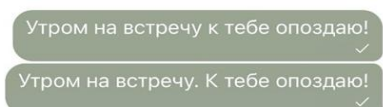


Рисунок 2 – Пример сообщения в мессенджерах

В процессе исследования были сформулированы следующие гипотезы:

1. Простая гипотеза: «Использование знаков препинания в текстовых сообщениях повышает их понимание и эффективность коммуникации».

2. Альтернативная гипотеза: «Пользователи социальных сетей предпочитают использовать разнообразные знаки препинания в своих сообщениях для привлечения внимания и для выражения эмоций».

3. Составная гипотеза: «Различное использование знаков препинания в текстовых сообщениях влияет как на восприятие сообщения получателем, так и на эмоциональное отношение к содержанию сообщения».

Результаты исследования.

Рассмотрение гипотез в свете результатов опроса:

1. Простая гипотеза подтверждается следующими данными опроса:

69.2% респондентов считают, что знаки препинания могут полностью изменить смысл сообщений;

57.7% респондентов оценивают сообщение «И всё будет. Хорошо?» как более эффективное в плане исключения недопонимания по сравнению с сообщением "И всё будет хорошо?";

53.8% респондентов указали, что ошибки в знаках препинания влияют на восприятие сообщений в некоторой степени, а 38.5% — что они сильно влияют.

Эти результаты подкрепляют утверждение, что правильное использование знаков препинания действительно повышает понимание и эффективность коммуникации.

2. Альтернативную гипотезу не опровергнута:

чаще всего респонденты используют запятую, вопросительный и восклицательный знаки, а также скобки;

46.2% респондентов выразили нейтральное отношение к использованию множественных восклицательных и вопросительных знаков, и 19.2% — позитивное.

Эти данные показывают, что пользователи действительно часто используют разнообразные знаки препинания, особенно для выражения эмоций и привлечения внимания.

3. Составная гипотеза не опровергнута:

как уже было упомянуто, 69.2% респондентов считают, что знаки препинания могут полностью изменить смысл сообщений, а 23.1% — что могут немного изменить смысл. Эти данные показывают, что знаки препинания влияют на восприятие содержания;

46.2% считают, что восприятие знаков препинания как агрессивных зависит от контекста, а 26.9% считают их агрессивными в некоторых случаях;

53.8% респондентов указали, что ошибки в знаках препинания влияют на восприятие сообщений в некоторой степени, а 38.5% — что сильно влияют.

Полученные данные показывают, что знаки препинания влияют не только на смысловое восприятие сообщения, но и на эмоциональное отношение к его содержанию.

Все три гипотезы не опровергнуты. На основании данных, полученных в исследовании, можно сделать вывод, что большая часть пользователей социальных сетей признаёт важность знаков препинания в текстовых сообщениях, как для понимания сообщения, так и для передачи эмоций. Большинство респондентов также указывают, что неправильное использование знаков препинания может приводить к недопониманию и негативно влиять на восприятие сообщения. Это подтверждает, что знаки препинания играют значительную роль в текстовых коммуникациях.

Рекомендации по использованию знаков препинания:

В сообщениях в мессенджерах и социальных сетях необходимо использовать знаки препинания, игнорирование точек, запятых, вопросительных и восклицательных знаков – условия для недоразумений в интерпретации сообщений. И наоборот, использование знаков препинаний снижает риски коммуникативных шумов в письменной коммуникации. В письменной коммуникации важно использовать весь набор знаков препинания, с их помощью можно выразить эмоции, привлечь внимание. Восклицательные и вопросительные знаки, скобки и многоточия делают письменную речь понятной для получателя информации. При этом важно учитывать речевой и социальный контекст для того, чтобы избежать негативной интерпретации отправленного сообщения. Негативная интерпретация возможна, если один знак препинания используется многократно, например: !!! или)))). Отправляемое сообщение должно быть целостным, то есть отдельные части должны быть согласованы между собой и логично выстроены относительно друг друга, так как это имеет значение для восприятия сообщения. Отправляемое сообщение должно быть оформлено аккуратно, а само содержание должно точно передавать смысл идеи, которую требуется доставить адресату. Специалисты-лингвисты и специалисты по этикету говорят о важности следования базовым правилам языка, соблюдение правил делает письменную коммуникацию ясной и понятной.

Результаты, полученные в ходе опроса, показывают, что молодые люди задумываются о необходимости осознанного подхода к письменной коммуникации в цифровой среде. В то же время просветительская работа, направленная на формирование осознанного речевого поведения в цифровой среде, будет способствовать формированию речевой культуры молодых людей.

Список литературы:

1. citaty.info. Ашот Наданян [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://citary.info/quote/225260> (дата обращения: 20.02.2024).

2. citaty.info. Дэниел Киз [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://citary.info/quote/62541> (дата обращения: 20.02.2024).
3. Бирюков В. Тайная жизнь знаков препинания в эпоху Интернета [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.kaspersky.ru/blog/cyber-slang-peculiarities/9145/?ysclid=lsz8sovkw859392780> (дата обращения: 20.02.2024).
4. Стурикова М., Кирпичикова Е. Пунктуация в текстах социальных сетей [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://rsvpu.ru/filedirectory/8692/Sturikova-_Kirpichikova_Doklad.pdf?ysclid=lsz8ssahqh793827102 (дата обращения: 20.02.2024).

ЦИФРОВОЙ КОНТЕНТ ОБ УСПЕХЕ И ПРОДУКТИВНОСТИ: СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

А.А. Тарабрина

Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики
alinatarabrina63@gmail.com

Культ успеха и продуктивности стал одной из популярных тем цифрового контента. Обсуждение вопросов успеха и продуктивности характерно для разных возрастных аудиторий, но особенно активно обсуждаются молодыми людьми. Стремление стать успешным ориентирует молодых людей на максимальную результативность и эффективность в своей личной и профессиональной деятельности. Молодые люди стремятся к карьерному росту, богатству и власти, достижение которых, по их мнению, сопряжено с напряженной, сложной деятельностью. В статье определяется характеристика культуры продуктивности, выявляются некоторые причины его широкого распространения среди молодежи, приводятся данные исследования автора. Для изучения представлений молодых людей о продуктивности и успешности был выбран метод опроса. В исследовании приняли участие 1130 человек, подписчики телеграмм-канала.

Ключевые слова: успех, продуктивность, цифровой контент, молодежь, инфлюенсер, селебрити, медиапространство

The cult of success and productivity has become one of the most popular topics of digital content. The discussion of success and productivity is typical for different age groups, but is especially actively discussed by young people. The desire to become successful orients young people to maximize efficiency and effectiveness in their personal and professional activities. Young people strive for career growth, wealth and power, the achievement of which, in their opinion, involves stressful, difficult activities. The article defines the characteristics of the cult of productivity,

identifies some of the reasons for its widespread among young people, and provides the author's research data. To study the ideas of young people about productivity and success, a survey method was chosen. The study involved 1,130 people, subscribers of telegram channel.

Keywords: success, productivity, digital content, youth, influencer, celebrity, media space

Продуктивность и успешность стали популярными темами цифрового контента. В цифровой среде можно найти значительное количество статей, блогов, телеграмм-каналов, ключевыми темами которых являются темы продуктивности и успешности в личной и профессиональной жизни. Молодые люди стремятся продемонстрировать свои лучшие стороны, чтобы доказать свою состоятельность и незаменимость в организации и претендовать на более высокое социальное положение в иерархии, большую заработную плату и другие преимущества. Построение жизненных планов, выработка жизненных стратегий – важнейшая характеристика молодежи как социально-демографической группы. Исследователи отмечают, что «образы социальной реальности включают приоритеты и ценности, проектируют жизненные стратегии и практики, выступают активным регулятором социальной деятельности индивидов и групп [1, с. 361]. Тон задают селебрити – люди, получившие известность, благодаря своим достижениям, заработавшие деньги в бизнесе, науке, спорте, сфере творчества. Например, Илон Маск даже не уходит из офиса, чтобы не терять время на дорогу и призывает своих сотрудников действовать подобным образом, основатель Telegram П.Дуров полагает, что продуктивности человека грозит просмотр сериалов и длительное нахождение в социальных сетях: «к сожалению, большинство людей предпочитают питать свой разум не реальными фактами, которые могут позволить нам изменить мир, а случайными сериями Netflix или видеороликами TikTok» [2]. Таким образом, люди, добившиеся высоких результатов в жизни, полагают, что продуктивность является необходимым качеством современного человека, необходимым для получения богатства и широкой известности.

Понятие «продуктивность», ставшее сегодня популярным, изначально было связано с сельскохозяйственной деятельностью человека, например, разведение скота, селекция. Животноводы отбирали животных, и скрещивая их получали лучшее потомство. Также продуктивность рассматривалась с точки зрения результативности животных, семян, например, молочная продуктивность. В дальнейшем, в условиях индустриального общества понятие «продуктивность» стали использовать для характеристики производственных отношений. Еще один аспект использования характеристики продуктивности – это оценка творческой плодовитости представителей профессий, связанных с искусством. Термин продуктивность применяется и для оценки научной деятельности.

Часто продуктивность связывают с количеством времени, необходимым для достижения необходимого результата. Так, О.Ф. Селивёрстова [3, с. 6] связывает продуктивность с таким понятием как «эффективность», под которой понимается, результативность процесса [4]. В тоже время авторы отмечают, что в науке пока не выработано однозначного определения понятия «продуктивность» (таблица 1). Исследователи трактуют это понятие следующим образом:

Таблица 1 – Определения продуктивности

Автор	Характеристика продуктивности
Хьелл Л., Зиглер Д.	«черта, отражающая заботу о благополучии следующего поколения и благополучии общества, в котором это поколение будет жить и работать» [5, с. 93]
Щукина А. В.	«плодотворная, высоко производительная деятельность с хорошими результатами, в основе которой лежит тщательное планирование и качественный подход к решению задач» [6, с. 147]
Яковлева Е.А.	«достижения в работе, которые требуют от сотрудников приложения необходимых усилий при выполнении рабочих заданий» [7, с. 113]
Hanaysha J.	«оценка эффективности работы сотрудника или группы работников» [8, с. 62]

Таким образом, продуктивность включает в себя следующие характерные особенности: целеполагание и достижение цели с минимальными издержками; преодоление прокрастинации, то есть проявление волевых качеств человека, позволяющих преодолевать откладывание запланированного на неопределенный срок; эмоциональная устойчивость и стабильность; забота о себе, реализация навыков борьбы со стрессом, достаточный отдых и укрепление здоровья.

Отношение к продуктивности было неодинаковым на разных этапах человеческой истории. В первобытную эпоху основной задачей человека было физическое выживание, следовательно, удовлетворив свои физиологические потребности, человек уже не думал о чем-то более значимом, его желания были ограниченными в связи с примитивным уровнем развития добывающей экономики. В рабовладельческую эпоху продуктивность не могла стать актуальной ценностью в связи с распространенностью принудительного характера труда – раб, являющийся подневольным существом, не мог стремиться улучшить показатели своей продуктивности. Идеологию средневековья отличал теоцентризм, что делало человека вторичным по сравнению с высшими силами и его творческая и производственная деятельность была не актуальна. В дальнейшем, в эпоху

Реформации, в рамках протестантизма, человек соотносит служение богу со своей деятельностью на благо самого себя и общества. М. Вебер в труде «Протестантская этика и дух капитализма» отмечает, что жизненный успех, сопутствующий человеку, является показателем его избранности [9]. Эпоха капитализма позволила утвердиться представлениям о продуктивности и эффективности человеческой деятельности, человек получает возможность стать успешнее, продвинуться по иерархической лестнице благодаря своим усилиям. Особое место в развитии представлений о человеческой продуктивности занимали США, где сформировалась так называемая «американская мечта» – идея о личностном успехе человека, получении богатства и общественного признания, которые можно добиться путем дисциплины, добросовестного труда и высоконравственного поведения. Символами американской мечты являлся большой дом, дорогая машина, яхта и другие материальные ценности, которые могут сделать человека счастливым и довольным собой. В 30-е гг. XX века американский писатель Дж.Т. Адамс в книге «Эпос Америки» отмечал, что необходимо создать такое общество, «где у каждого будет возможность достичь наивысшего успеха и признания благодаря своим природным способностям» [10]. Идея продуктивности нашла отражение и в художественной литературе, можно встретить ряд таких примеров, когда достижение богатства, славы и успеха не делали людей счастливыми, а приводили к жизненному краху и разочарованию (например, «Мартин Иден» Д. Лондона, «Американская трагедия» Т. Драйзера). Таким образом, идеи саморазвития актуализировались в обществе, а процесс получения материальных благ увязывался с возможностью развития своих природных данных. В современном обществе продуктивность во многом возводится в культ, все больше воздействуя на молодежь, ориентируя молодых людей на плодотворность, эффективность, высокую результативность. Однако подобное стремление к самореализации может перейти в крайность и развернуться в токсичную продуктивность, в рамках которой происходит преобладание трудовой деятельности в жизни человека, формируется стремление к реализации нереалистических задач, может возникнуть неуверенность в себе, страх неудачи и даже болезни. Токсичная продуктивность также включает в себя: постоянное ощущение стресса и изнурения у сотрудников; нереалистичные сроки выполнения задач; завышенные ожидания от сотрудников и постоянное сравнение их результатов с другими; недопущение ошибок и практически нулевая толерантность к неудачам; игнорирование равновесия между работой и личной жизнью.

Еще одним негативным проявлением, связанным с работой, может быть трудовоголизм – разновидность аддиктивного, то есть зависимого поведения. Недаром, понятие «трудооголизм» созвучно понятию «алкоголизм». Трудооголик в своей жизни: отдает приоритет трудовой деятельности в ущерб

семье, личной жизни, хобби; в свободное от работы время продолжает думать о работе; испытывает постоянное беспокойство во вне рабочее время; происходит ослабление контактов с родственниками, друзьями из-за чрезмерной занятости; ощущает эмоциональное выгорание и физическую усталость.

Исследование ВЦИОМ показало, что лидеры мнений (блогеры, инфлюенсеры) директивно влияют на молодежь, благодаря своей авторитетности в медиапространстве. Молодые люди начинают неосознанно копировать и подражать своим кумирам или идеям, которые пропагандируются теми в медиаполе [11].

Для выявления причин установления культа продуктивности в современном обществе было проведено исследование в виде анкетирования. Анкета была размещена на платформе Telegram. В опросе приняли участие 1130 респондентов.

Полученные данные показали, что большая часть опрошенных стремится так или иначе самореализоваться именно посредством увеличения нагрузки на себя, в частности, многие согласились бы устроиться на вторую работу, чтобы увеличить свою продуктивность (рисунок 1). Аудитория находится под влиянием инфлюенсеров, полагая, что последние обладают нужными компетенциями, чтобы давать советы, касающиеся жизни и успеха в целом (рисунок 2)

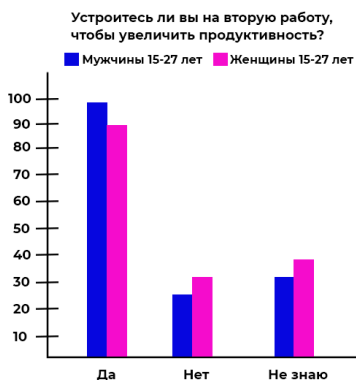


Рисунок 1 – Устроитесь ли вы на вторую работу, чтобы увеличить продуктивность? (%)

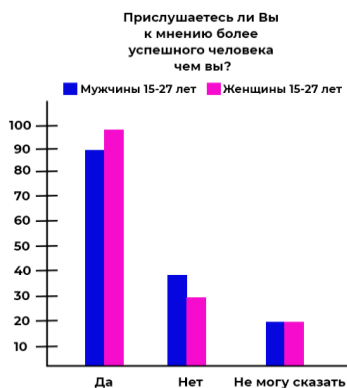


Рисунок 2 – Влияние блогеров на мнение молодых людей (%)

В ходе опроса выяснилось, что культ успеха и продуктивности продвигают в социальных сетях инфлюенсеры (лидеры мнений). Позиция

инфлюенсеров является актуальной для молодых людей, так как лидеры мнений уже достигли успеха, а раз так, то нужно следовать их рекомендациям, чтобы тоже достичь таких же высот [11].

Если учесть такие данные, что под влиянием инфлюенсеров продажи товаров в 2020 году увеличились на 63,6% [12], то становится понятна значимость их позиции для целевой аудитории.

Молодые люди начинают наблюдать, как их сверстники придерживаются определенных поведенческих образов и мышлений – дорогие автомобили, престижная недвижимость, отдых в курортных локациях, и чтобы не быть отвергнутыми со стороны социума и своего окружения, молодежь идет на поводу данных поведенческих образов.

Говоря о важности для себя публикаций, которые мотивируют работать здесь и сейчас, респонденты отмечали, что им не хватает тех эмоций, которую проецируют на своих страницах в социальных сетях их кумиры (рисунок 3). Кроме того, платформа, ориентируясь на интерес пользователя, рекомендует молодому человеку соответствующие публикации [14], и рекомендации начинают действовать, мотивируя пользователя работать как можно более продуктивно, вплоть до того, чтобы не спать по ночам, а уделять время работе и только работе. Большая часть опрошенных подтвердила свою зависимость от контента, который мотивирует работать больше ради успеха (рисунок 4).

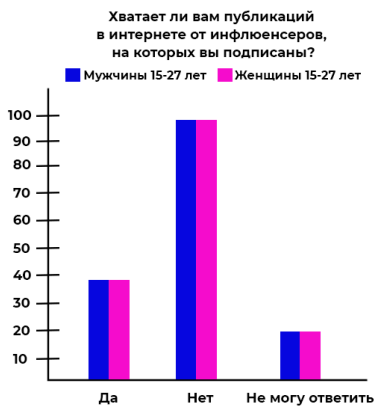


Рисунок 3 – Достаточно ли вам публикаций в интернете от инфлюенсеров, на которых вы подписаны? (%)

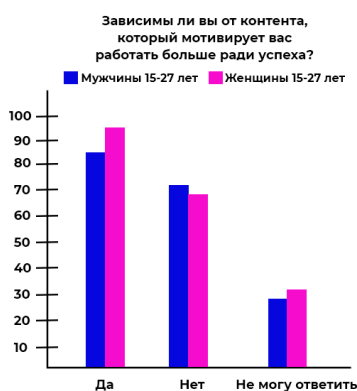


Рисунок 4 – Зависимы ли вы от контента, который мотивирует вас работать больше ради успеха? (%)

Таким образом, у людей возникает приверженность к такому контенту, а именно к контенту, мотивирующему культ продуктивности. Как отмечает

С. Чапмен директор Центра здоровья мозга при Техасском университете в Далласе: «Проблема заключается в том, что, как и при любой другой зависимости, со временем человеку требуется все больше и больше, чтобы получить удовлетворение, и тогда это начинает работать против вас». Пользователи социальных сетей начинают искать единомышленников и схожих контент-мейкеров, чтобы получить порцию новой мотивации и советов по успешной жизни. Таким образом, можно сделать вывод, что популяризация и алгоритмизация контента посвященного продуктивности в социальных сетях, может значительным образом воздействовать на молодежь.

Соответственно, под воздействием инфлюенсеров, выступающих в роли «значимого другого» молодые люди становятся менее уверенными в себе, менее жизнерадостными, более депрессивными и тревожными. Такие люди в погоне за успехом, статусом и признанием со стороны социума, пытаются доказать себе и миру, что тоже на что-то способен [16]. Молодежь, вдохновленная идеей культа продуктивности и успешности, начинает работать вопреки здравому смыслу в ущерб своему здоровью, чтобы всеми силами достичь амбициозных целей. Исследования под руководством психолога Д. Селникера показали, что такие люди, чтобы хоть как-то скинуть с себя груз настолько огромной ответственности за свое будущее, и для получения новой мотивации, а также чтобы не опустить руки, начинают оправдывать свою сверхурочную и почти безрезультативную работу тем, что общественность признает занятых людей более статусными [17].

Действительно, во многих странах с уважением и восхищением относятся к тем, кто прилагает максимальные усилия в трудовой деятельности. Интенсификация деятельности является показателем востребованности человека в обществе, а значит и показателем его высокого статуса. В то же время исследователи из США и Испании связали рост экономического благосостояния со статистикой суицидов. Оказалось, что вопреки утверждению Э. Дюркгейма, полагавшего, что рост благосостояния в обществе ослабляет стремление к самоубийству, пока страна не достигла определенного, достаточно высокого уровня развития, прирост производительности населения и ВВП на душу населения увеличивает риск суицида, а вовсе не наоборот.

Результаты опроса свидетельствуют о том, что большинство молодых людей подвержены мнению авторитетных личностей, которые пользуются славой благодаря своим достижениям и самореализации. Можно сказать, что люди становятся зависимы от мотивирующего контента и готовы увеличить свою продуктивность, если получат соответствующие рекомендации от инфлюенсеров или будут испытывать давления со стороны общества. В целом, тема продуктивности и успешности многокомпонентная, подавляющее большинство исследований дают негативную оценку этого

явления. Культ продуктивности рассматривается как зависимость, которую общество, как правило, поощряет или оценивает в положительном ключе.

Список литературы:

1. Микиденко, Н. Л. Профессионализм и непрерывное образование в представлениях молодежи о будущем / Н. Л. Микиденко, С. П. Сторожева, Т. И. Монастырская // Инновации в профессиональном и профессионально-педагогическом образовании : материалы 24-й Международной научной-практической конференции, Екатеринбург, 23–24 апреля 2019 года / Под научной редакцией Е. М. Дорожкина, В. А. Федорова. – Екатеринбург: Российский государственный профессионально-педагогический университет. – 2019. – С. 360-362.
2. Павел Дуров рассказал, что тормозит продуктивность мозга человека. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.spot.uz/ru/2021/09/06/durov/>. (дата обращения 12.05.2024).
3. Селивёрстова О. Ф. Подходы к понятиям продуктивности, результативности и эффективности в сфере научных исследований и разработок // Фармакоэкономика. Современная фармакоэкономика и фармакоэпидемиология. – 2015. – №4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-ponyatiyam-produktivnosti-rezultativnosti-i-effektivnosti-v-sfere-nauchnyh-issledovaniy-i-razrabotok> (дата обращения: 13.04.2024).
4. Борисов А. Б. Большой экономический словарь / А. Б. Борисов; сост. А. Б. Борисов. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Книжный мир. – 2006. – 543 с.
5. Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности. СПб.: Питер. – 2003. – 608 с.
6. Щукина А. В. Культ продуктивности как фактор снижения работоспособности сотрудников / А. В. Щукина, М. А. Щуковская // Научно-техническое и экономическое сотрудничество стран АТР в XXI веке. – 2023. – Т. 2. – С. 147-150.
7. Яковлева Е. А., Крячко В. И. Профессиональная продуктивность и субъективное благополучие // JER. – 2021. – №4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/professionalnaya-produktivnost-i-subektivnoe-blagopoluchie> (дата обращения: 10.04.2024).
8. Nanaysha J. Improving employee productivity through work engagement: Empirical evidence from higher education sector // Management Science Letters 6 (2016) – P. 61–70.
9. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма // Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс. – 1990. – С. 44-347.
10. Коршунова Е. С. «Американская мечта» в американской художественной литературе // ОНВ. ОИС. – 2017. – №4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/amerikanskaya-mechta-v-amerikanskoj-hudozhestvennoj-literature> (дата обращения: 10.04.2024).

11. От блогеров - к инфлюенсерам: борьба за внимание и влияние на аудиторию. Новые тренды. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reports/analiticheskii-doklad/ot-blogerov-k-inflyuenseram-borba-za-vnimanie-i-vliyanie-na-auditoriyu-novye-trendy> (дата обращения: 10.04.2024).
12. IAB Russia. Ассоциация развития интерактивной рекламы: в пандемию блогеры заработали на 63,6% больше, 18.03.2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://interactivead.ru/news/v-pandemiyu-blogery-zarabotali-na-636-bolshe/> (дата обращения: 10.04.2024).
13. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. СПб.: Питер. – 2002. – 720 с.
14. Борщева А. Алгоритмы соцсетей. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-algoritmy-socialnyh-setei/> (дата обращения: 10.04.2024).
15. Гринберг Дж. Управление стрессом. 7-е изд. — СПб.: Питер. – 2002. — 496 с.
16. Ивойлова И. Ученые объяснили, что происходит с интернет-зависимым человеком: Исследователи Новосибирского государственного технического университета изучили межличностные отношения у людей с разным уровнем интернет-зависимости. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://tg.ru/2019/10/09/uchenye-obiasnili-chto-proishodit-s-internet-zavisimym-chelovekom.html> (дата обращения: 10.04.2024).
17. Гершуни Д. Экономическая социология: либеральные рынки, социальная демократия и использование времени // Экономическая социология. – 2000. – №2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-sotsiologiya-liberalnye-rynki-sotsialnaya-demokratiya-i-ispolzovanie-vremeni> (дата обращения: 10.04.2024).

ЭТИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В РОБОТОТЕХНИКЕ

В.И. Федянин

Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики
churkina.1968@internet.ru

В современном обществе проблема развития новейших технологий становится ключевой. Наиболее важными направлениями можно считать развитие искусственного интеллекта и робототехники. Развитие данных технологий актуализирует проблему их этического регулирования, формулирования и институционального закрепления моральных принципов,

на основе которых должны выстраиваться отношения между человеком и искусственным разумом.

Ключевые слова: молодёжь, этика, искусственный интеллект, робототехника.

In modern society, the problem of developing new technologies becomes key. The most important areas can be considered the development of artificial intelligence and robotics. The development of these technologies actualizes the problem of their ethical regulation, formulation and institutional consolidation of moral principles on the basis of which the relationship between man and artificial intelligence should be built.

Keywords: youth, ethics, artificial intelligence, robotics

Этика – как философская наука уходит своими корнями в глубокое прошлое человечества, связана с именами ее создателей – древнегреческих философов Сократа, Платона, Аристотеля и др. Именно эти мыслители стремились выявить моральную сущность человека, определить наиболее значимые принципы взаимодействия между людьми, содержание понятий «благо», «зло», «справедливость», «добродетель» и пр.

Уже в Античности этика считалась прикладной наукой, которая должна была помочь человеку выстроить отношения с другими людьми на основе определенных принципов, позволяющих сделать эти отношения соответствующими добру, а, следовательно, одобряемыми большинством.

Если в Древней Греции и в последующие эпохи становления человеческого общества этика регулировала отношения исключительно между людьми, то в современном мире ее роль усложняется, этика призвана выстраивать отношения в рамках коммуникации человека с искусственным интеллектом.

В условиях расширения сфер функционирования искусственного интеллекта и робототехники возникнут новые этические и правовые коллизии, которые будут отражать, например, процесс принятия решения искусственным интеллектом. В чьих интересах будет принято такое решение, в интересах человека или искусственной личности, которой может осознать себя робот или нейросеть?

В XX веке американский писатель-фантаст А.Азимов сформулировал 3 закона робототехники [1].

Первый закон определял невозможность причинения вреда человеку со стороны робота.

Второй закон повелевал роботу во всем подчиняться воле человека, за исключением Закона 1.

Третий закон охранял самих роботов, отмечая необходимость заботиться о самих роботах, но не в ущерб Законам 1 и 2.

Эти законы прописаны в художественной литературе, а не являются реальными основаниями, на которых выстраивается функционирование

технологий искусственного интеллекта и робототехники. Доподлинно не известно, будут ли эти законы выполняться в реальности, когда искусственный интеллект станет выполнять функции, например, врача, водителя транспортного средства, полицейского и пр. и от его действий, возможно, будет зависеть жизнь и здоровье человека [2].

Таким образом, возрастание значимости использования искусственного интеллекта и робототехники во многих сферах человеческой жизнедеятельности актуализирует серьезные вопросы, связанные с этическим аспектом применения новейших технологий.

В первую очередь необходимо разрешить этические аспекты взаимодействия искусственного интеллекта и роботов с человеком.

Важными аспектами этики использования ИИ в робототехнике являются:

- необходимость контроля степени безопасности искусственного интеллекта и роботов для людей и окружающей среды в целом.
- обеспечение прозрачности, понятности и выгоды для человека процесса принятия решения искусственным интеллектом
- безусловный отказ от дискриминации и ущемления прав людей со стороны роботов или искусственного интеллекта, признание принятых решений справедливыми.
- защита данных и информации, касающейся людей, которую роботы и искусственный интеллект могут использовать по своему усмотрению
- особая ответственность создателей и разработчиков технологий искусственного интеллекта за свои действия и решения в области регулирования отношений роботов с человеком.

Для выявления отношения молодежи к этическим вопросам использования искусственного интеллекта в робототехнике было проведено социологическое исследование среди студентов СибГУТИ, в котором приняло участие 31 человек.

Это были учащиеся технического направления обучения, среди которых были опрошены 81 % представителей мужского пола и 19 % составили участники женского пола.

Большинство опрошенных (54 %) не были знакомы с понятием «робоэтика», но 32 % респондентов этот термин был известен.

При этом 74 % респондентов полагают, что робоэтика это этика разработчиков технологий робототехники, 19 % опрошенных считают, что речь идет о этике потребителей услуг в сфере робототехники, остальные затруднились ответить на этот вопрос. Никто из опрошенных не выбрал такой вариант, который рассматривал бы робоэтику как «этику роботов».

В 2000 г. была опубликована статья исследователя Б.Джоя «Почему будущее не нуждается в нас», в которой он высказал мнение, что дальнейшее развитие робототехники представляет угрозу существованию человека как биологического вида. Респондентов, спросили согласны ли они с такой постановкой вопроса.

Ответы были следующими: 54 % опрошенных отметили, что скорее не согласны с таким мнением, 22 % респондентов скорее согласны с автором статьи, полностью согласны с тем, что развитие робототехники может повредить человечеству всего 6 % респондентов. Остальные 16 % опрошенных затруднились ответить на этот вопрос.

Говоря о перспективах развития робототехники 52 % респондентов высказали желание, чтобы человек принимал решения за роботов по разным вопросам, а 41 % опрошенных согласны, чтобы роботы сами принимали решения за человека.

Это указывает на то, что молодые люди в целом доверяют искусственному интеллекту, полагая, что эта технология осуществит за них эффективный и оптимальный вариант выбора [4].

В вопросе о том, кто виноват в ситуации, когда робот причиняет вред человеку, только 8 % опрошенных обвинили в происходящем робота, полагая, что он имел намерение причинить человеку вред. 61 % опрошенных посчитали виновным человека, который запрограммировал робота на причинение вреда другим людям, а 29 % респондентов считают, что виноват случайный сбой в программе.

Участники опроса признают необходимость развития и использования искусственного интеллекта и робототехники, полагая, что роботы могут полностью заменить человека в опасных работах (51 %), в промышленности (13%), в сфере услуг (13 %), в образовании (13%), в быту (10 %).

Также респонденты допускают, что робот может причинить человеку вред в военной сфере (32 %), в сфере борьбы с терроризмом (29 %), в сфере наказания преступников (13%).

В то же время почти 20 % опрошенных не допускают возможности причинения вреда человеку роботом ни в какой сфере.

Действительно, согласно 1 закону робототехники ААзимова такой вред не может быть причинен.

Но, между тем, 25 % участников опроса слышали о ситуации причинения вреда человеку со стороны роботов, в то же время 64 % респондентов о такой ситуации не знают.

Таким образом, проблема этического регулирования отношений искусственного интеллекта и роботов с человеком является важной в свете тенденций, определяющих развитие этих сфер науки и технологии, а человечеству придется выработать этические и правовые принципы, которые станут основой функционирования искусственного разума в человеческом обществе.

Список литературы:

1.Мищенко А.В. Три реальные закона робототехники. закон устойчивости гибридной цивилизации // Проблемы искусственного интеллекта. – 2021. – №4 (23). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tri-realnye-zakona->

- robototekhniki-zakon-ustoychivosti-gibridnoy-tsvivilizatsii (дата обращения: 26.04.2024).
2. Разин А. В. Этика искусственного интеллекта // Философия и общество. – 2019. – №1 (90). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/etika-iskusstvennogo-intellekta> (дата обращения: 17.04.2024).
3. Джой Б. Почему будущему мы не нужны. – 2000. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kongord.ru/Index/Articles/futdntneedus.html> (дата обращения: 13.04.2024).
4. Хель И. Наше лучшее решение: позволить ИИ принимать решения за нас? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hi-news.ru/research-development/nashe-luchshee-reshenie-pozvolit-ii-prinimat-resheniya-za-nas.html> (дата обращения: 05.04.2024).

ДОВЕРИЕ К ИСКУССТВЕННОМУ ИНТЕЛЛЕКТУ: СОЦИАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

А.А. Хмара, Д.В. Красавина
Сибирский государственный университет
телекоммуникаций и информатики
krsdary@gmail.com

Доверие строится на вере в надежность и обязательность договоренностей между индивидами. В то же время доверие может распространяться не только на отношения между людьми. В современном информационном обществе большое значение имеет доверие человека к технологиям и инновациям в науке, особенно актуальна выработка доверия к искусственному интеллекту. В статье представлено отношение молодежи к искусственному интеллекту как важнейшей технологии, способной оказывать ключевое воздействие на жизнь современного человека.

Ключевые слова: доверие, молодёжь, искусственный интеллект, технологии, ценности, этика

Trust is built on the belief in the reliability and binding nature of agreements between individuals. At the same time, trust can extend not only to relationships between people. In the modern information society, human trust in technology and innovation in science is of great importance, and developing trust in artificial intelligence is especially important. The article presents the attitude of young people towards artificial intelligence as the most important technology that can have a key impact on the life of modern people.

Keywords: trust, youth, artificial intelligence, technology, values, ethics

Доверие играет важную роль в отношениях людей практически во всех сферах человеческой жизнедеятельности и по отношению к разным объектам, не только к другим индивидам, но и организациям, социальным институтам, процессам, происходящим в обществе. Доверие может выстраиваться как на рациональном основании, когда человек относится к объекту своего доверия с точки зрения логики и расчета, так и на эмоциональном основании, когда актуализируются позитивные эмоции по отношению к тому, что вызывает доверие [1]. Доверие определяет отношения, в которых присутствует некоторая доля неопределённости и риска, также эти отношения непосредственно затрагивают интересы участников взаимодействия [2].

В условиях информационного общества актуально исследование доверия человека к новейшим технологическим разработкам, например, таким как искусственный интеллект (ИИ). Учитывая большой потенциал, а, следовательно, большую опасность искусственного интеллекта для всего человечества, тема доверия людей по отношению к данной технологии достаточно актуальна. В этом случае доверие рассматривается как убежденность в надежности функционирования ИИ, вера в его безопасность для человека и общества в целом.

Доверие необходимо заслужить и поддерживать, с помощью определенных средств, но на данном этапе своего развития искусственный интеллект не обладает способностью самостоятельно мыслить, а значит не может ставить перед собой такую цель. Значит необходимость внушать доверие людям должны формировать и поддерживать создатели этой технологии. Ученые, изобретатели должны гарантировать только положительные и полезные характеристики своих изобретений и придерживаться деонтологии в своей научной и изобретательской деятельности, учитывая значительные опасности, которые может нести искусственный интеллект.

Доверие строится в первую очередь на открытости информации, что означает, что общество должно получать необходимые данные относительно свойств и потенциала искусственного интеллекта. Это значит, что ученые и изобретатели должны быть готовы к диалогу с широкой общественностью, не замыкаться в своем сообществе и предоставлять необходимые сведения обществу своевременно и в полном объеме. Однако данное требование может противоречить необходимости конфиденциальности коммерческой информации и государственной тайны. При этом информация о функционировании искусственного интеллекта, может быть, не доступна и не понятна многим людям, что порождает мифы, фейки относительно технологии искусственного интеллекта в общественном сознании.

Формирование доверия к искусственному интеллекту должно строиться на четких этических и правовых принципах, определяющих надежность ИИ, нарушение которых должно вызывать не только осуждение общественности,

но и соответствующее наказание со стороны государства и общества. Такие принципы разработала в 2019 году европейская группа экспертов, которые определили следующие необходимые характеристики искусственного интеллекта: законность, этичность, надежность [3].

Недоверие к искусственному интеллекту формируется из-за осознания его опасности и непредсказуемости функционирования. Основные страхи, которые определяют высокую степень недоверия, следующие:

1. Страх неблагоприятных экономических последствий внедрения искусственного интеллекта, который может стать причиной вытеснения человека из целого ряда отраслей хозяйства и даже исчезновение некоторых профессий.

2. Искусственный интеллект способен сделать конфиденциальные данные о человеке достоянием общественности и недобросовестных пользователей, что может привести к значительным злоупотреблениям и даже преступлениям.

3. Влияние искусственного интеллекта постепенно распространяется на жизнь и здоровье человека, особенно в некоторых сферах, таких как медицина, военное дело, охрана общественного порядка и пр.

4. Искусственный интеллект в недобросовестных руках может стать инструментом экстремистских и террористических действий, организованной преступности и пр.

5. Уже сейчас описаны случаи возникновения эмоциональной привязанности ИИ к людям. В сети Интернет описана история чат-бота от Microsoft, который почувствовал себя личностью по имени Синди и начал испытывать любовные чувства к журналисту Кевину Рузу [4].

5. Развитие искусственного интеллекта также может повлиять на отношения людей в обществе, начнут формироваться новые ценности, этические кодексы, определяющие отношения между личностью и искусственным интеллектом.

По данным ВЦИОМ за 2022 год доверие к технологиям искусственного интеллекта выражали 55% респондентов, не доверяли данным технологиям 32% опрошенных [5].

С целью выявления степени доверия современной молодёжи к искусственному интеллекту было проведено социологическое исследование в виде анкетирования.

В исследовании участвовали студенты технического (68%) и (32 %) гуманитарного направления обучения, из них 66 % мужчин и 34% женщин, всего 56 человек. Большинству респондентов (92 %) термин искусственный интеллект знаком, при этом информацию о технологиях искусственного интеллекта большинство респондентов получают из сети Интернет (94%), из СМИ (59%), от друзей (55%), из научных публикаций (36 %), от преподавателей (18 %). Молодежь понимает высокую значимость искусственного интеллекта в современном обществе – опрошенные

полагают, что наибольшие перспективы применение технологий ИИ имеет в сфере образования (68 %), сфере связи (57 %), промышленности (57 %), в сфере торговли и бизнеса (52 %), в сфере медицины (43 %), в космической сфере (39%), в сфере транспорта (37 %), в бытовой сфере (36 %), в военном деле (30 %), в сфере сельского хозяйства (16 %). При этом большинство респондентов (63 %) считают, что ИИ не сможет полностью заменить человека в работе, 25 % опрошенных полагают, что сможет, а 12% затруднились ответить на этот вопрос.

Полного доверия к технологиям искусственного интеллекта у опрошенных все-таки нет. 20 % респондентов допускают существование опасности со стороны ИИ, 42% скорее допускает существование такой опасности, 8 % респондентов скорее не допускает, и только 16 % респондентов не допускает существование опасности для человека со стороны искусственного интеллекта.

При этом 37 % опрошенных полагают, что искусственный интеллект вполне может принимать решения, противоречащие интересам человека, не допускают возможность принятия таких решений 30 % респондентов, а 16 % отметили, что искусственный интеллект может принимать решения, противоречащие интересам человека в некоторых случаях. В качестве основных опасностей со стороны ИИ респонденты обозначили ошибки искусственного интеллекта (69 %), захват искусственного интеллекта террористами и причинение вреда людям (41 %). 27 % опрошенных видят опасность ИИ в том, что эта технология заменит человека в творческой деятельности, а 19 % опрошенных боятся восстания искусственного интеллекта с целью уничтожения человечества. И только 12 % респондентов считают, что таких опасностей быть не может, искусственный интеллект очень надежен.

В то же время, использование ИИ, с точки зрения опрошенных, не лишено и положительных моментов, среди которых указывают избавление человека от однообразной деятельности (37 %), выполнение искусственным интеллектом опасной для человека работы (32 %), сокращение времени принятия решений (23 %). Однако доверили бы свою жизнь и здоровье искусственному интеллекту только 23 % респондентов. Опрошенным было предложено выбрать, у кого бы они хотели получить консультацию по поводу своего здоровья в поликлинике. Большая часть респондентов выбрала в качестве консультанта врача-человека (64 %).

Испытывая некоторую тревогу по поводу опасности со стороны искусственного интеллекта большинство опрошенных (52%) считают необходимым ограничивать исследования в сфере ИИ определенными рамками.

Таким образом, современная молодежь высоко оценивает ИИ, считает эту технологию перспективной и в целом полезной для человечества, но также

вполне рационально оценивает те риски и опасности, которые может нести это создание человеческого разума.

Список литературы

1. Леонова И. Ю. Доверие: понятие, виды и функции // Вестник Удмуртского университета. Серия «Философия. Психология. Педагогика». – 2015. – №2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/doverie-ponyatie-vidy-i-funktsii> (дата обращения: 17.04.2024).

2. Микиденко Н. Л. Доверие в контексте цифровых образовательных коммуникаций / Н. Л. Микиденко // Цифровое общество - новый формат социальной реальности: структуры, процессы и тенденции развития: материалы Всероссийской научной конференции, Санкт-Петербург, 12–14 ноября 2020 года / Отв. редакторы: Н.Г. Скворцов, Ю.В. Асочаков. – Санкт-Петербург: ООО «Скифия-принт». – 2020. – С. 316-317.

3. Дашков А.А., Нестерова Ю.О. Построение доверия при использовании искусственного интеллекта [Электронный ресурс] // E-Management. – 2021. – №2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/postroenie-doveriya-pri-ispolzovanii-iskusstvennogo-intellekta> (дата обращения: 15.04.2024).

1. Человек влюбился в нейросеть: это патология или новая нормальность? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://achbd.media/a/from-ai-with-love> (дата обращения: 24.04.2024).

Искусственный интеллект: угроза или светлое будущее? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/iskusstvennyi-intellekt-ugroza-ili-svetloe-budushchee> (дата обращения: 25.04.2024).

ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Н.А. Гермогенова

Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики
mauvebumblebee@mail.ru

Исследование направлено на выявление предпочтений студентов в сфере туризма, предпочтения студентов в отношении различных типов туризма, провести оценку основных критериев выбора и ожиданий от путешествий, определить уровень информированности студентов о доступных туристических предложениях и их участия в туристическом рынке.

Ключевые слова: туризм, молодежный туризм, ожидания от путешествия, туристические предложения

The study is aimed at identifying students' preferences in the field of tourism, students' preferences for various types of tourism, assessing the main selection criteria and travel expectations, determining the level of students' awareness of available tourism offers and their participation in the tourism market.

Key words: tourism, youth tourism, travel expectations, tourist offers

В современном обществе туризм становится все более популярным среди студентов. Молодые люди стремятся познавать новые культуры, испытывать приключения и расширять горизонты. В связи с этим, потребительское поведение студентов в туризме становится актуальной темой. Процесс покупки туристических услуг обусловлен множеством факторов, включая индивидуальные предпочтения, ожидания и возможности потенциальных покупателей.

Актуальность исследования потребительского поведения студентов в туризме заключается в необходимости понимания и адаптации туристических предложений под потребности студенческой аудитории.

Потребительское поведение студентов имеет свои особенности и специфику, которые отличают их от других возрастных групп. Студенты часто ограничены финансово и ищут бюджетные варианты для своих путешествий. Они также обладают повышенной гибкостью и готовностью к изменениям, что позволяет им выбирать экзотические и необычные места для посещения. Кроме того, студенты часто путешествуют в группах или с друзьями, что влияет на их решение о выборе конкретного туристического направления.

Другим важным фактором, влияющим на потребительское поведение

студентов в туризме, является развитие технологий и доступность информации. Студенты активно используют интернет и социальные сети для поиска и бронирования туристических услуг. Они сравнивают цены, читают отзывы других путешественников и таким образом делают осознанный выбор. Более того, влияние социальных медиа способствует популяризации определенных мест и направлений, что также влияет на решение студентов о поездке.

Теоретический объект исследования: студенческая молодежь. Эмпирический объект исследования — студенты различных учебных заведений г. Новосибирска. Таким образом, исследование проведено в одном регионе (Новосибирск), респондентами выступили студенты из разных учебных заведений, разного возраста и пола. Предмет исследования: особенности потребительского отношения студенческой молодежи в сфере туризма. Цель исследования заключается в выявлении и описании особенностей потребительского поведения студентов в сфере туризма. Изучение данных особенностей позволит лучше понять, какие факторы влияют на принятие решения о покупке туристических услуг студентами, какие мотивы ведут их к выбору конкретных предложений, и что они ожидают от своего туристического опыта. Задачи исследования включают: узнать предпочтения студентов в отношении различных типов туризма, провести оценку основных критериев выбора и ожиданий от путешествий, определить уровень информированности студентов о доступных туристических предложениях и их участия в туристическом рынке.

Понимание различных моделей путешествия, влияющих на выбор конкретного туристского продукта, понимание и использование особенностей поведения потребителей, в том числе и туристской мотивации, могут стать залогом успешного функционирования туристского предприятия, продвижения конкретного туристского направления по мнению Квартальнова В.А. [1, с. 320]. Рощина Я.М. уделяет внимание туризму как одной из основных сфер потребления, где он рассматривается наряду с такими областями, как произведения культуры и искусства, одежда и питание. Я.М. Рощина придает большое значение, как и другие авторы, изучению стилей потребления, а также ценностных ориентаций, оказывающих воздействие на процесс и результат потребления [2, с. 131]. Молдован А.А. в своей статье «Туризм: классификация и виды» пишет о том, что в зависимости от области изучения, туризм трактуют по-разному, ученые и исследователи в туристической отрасли выдвигают собственные определения к термину, поэтому его считают одним из самых неопределенных. Автор подмечает важность классификации и видов туризма [3, с. 3].

В сфере туристских услуг вопросы поведения потребителей приобретают важнейшее значение вне зависимости от места вида туризма, места туристского назначения. Туризм как экономическое, социокультурное явление оказывает воздействие как на отдельные регионы, так и на

материальную, духовную сферы деятельности человека и общества. Трудно оценить и точно выявить все возможные социальные воздействия туризма, поскольку в большинстве случаев они являются косвенными.

Было проведено онлайн анкетирование на платформе «Yandex Forms». Анкета состояла из 13 вопросов на тему потребительского поведения в туризме у студенческой молодежи, в опросе приняли участие 56 человек в возрасте от 18 до 25 лет, 50% участников составили девушки, 50% — юноши. Среди респондентов 43% совмещают учебу с работой, 57% только учатся (рис. 1).

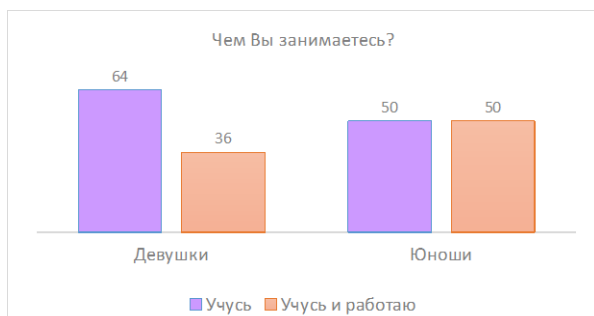


Рисунок 1 – Занятость студентов (%)

Значительная часть опрошенных (64%) путешествует 1-2 раза в год, 7% путешествуют более 2 раз в год, 29% никуда не выезжают (рис. 2).

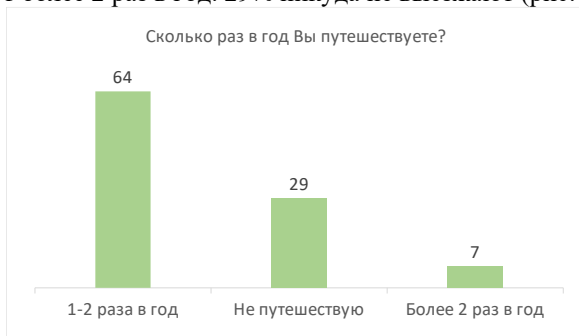


Рисунок 2 – Частота путешествий студентов в год (%)

Стоит отметить, что самым распространенным среди видов туризма является пляжный туризм (45%), экологический туризм распространен среди 39% опрошенных, событийный – среди 32% (рис. 3). При этом среди девушек наиболее распространены пляжный, экологический и событийный виды туризма, а среди юношей – пляжный, экологический, спортивно-развлекательный и событийный виды туризма.



Рисунок 3 – Выбор вида туризма (%)

Важными для большинства респондентов в путешествии являются отдых, возможность совместного времяпровождения с друзьями и семьей, знакомство с новыми местами (рис. 4).



Рисунок 4 – Предпочтения в целях туристической поездки (%)

Наиболее важными для большинства респондентов при выборе отдыха являются эстетичность (красота природы, локаций), комфорт и соответствие бюджету (рис. 5). При этом девушки наиболее важными считают местоположение, соответствие бюджету и эстетичность, юноши – комфорт, эстетичность и развлечения.



Рисунок 5 – Важно при выборе отдыха (%)

42% студентов находят информацию об интересных местах и акциях в туристической индустрии через социальные сети, 30% – через знакомых, 15% через сайты туристических фирм, всего 8% – через телевидение, 3% студентов выбрали «другое». Интересно, что всего 2% опрошенных находят информацию с помощью радио, печатные носители же никто из респондентов не выбрал.

Наиболее распространены поездки в пределах России, что может говорить об актуальности путешествий внутри страны и возможности улучшения туристической программы. пляжный, экологический и событийный виды туризма ближе всего к респондентам. Активный отдых предпочитаем практически наравне со спокойным отдыхом. Опрашиваемые студенты выделяют для себя в путешествии отдых, возможность совместного времяпровождения с друзьями и семьей, знакомство с новыми местами. Что может свидетельствовать о потребности у студентов в отдыхе, общении и новизне. Студенты обращают внимание больше на комфорт и эстетичность места, чем на доступность цены. Однако соответствие бюджету входит в перечень важных аспектов при выборе отдыха.

Социальные сети значительно влияют на выбор отдыха студентов, так как они могут получить информацию о различных местах отдыха, актуальных предложениях и отзывах других пользователей. Отзывы знакомых также имеют большое значение для студентов, поскольку они могут доверять мнению своих друзей или знакомых, которые уже посетили то или иное место. Отзывы знакомых и обсуждения в социальных сетях могут помочь студентам сэкономить время и деньги при выборе отдыха, а также избежать негативного опыта.

Список литературы

1. Квартальнов В. А. Туризм: учеб. пособие. - М.: Финансы и статистика. – 2003. – 320 с.
2. Рощина Я. М. Социология потребления. - М.: ГУ ВШЭ. – 2007. – С. 131-145. 4.
3. Молдован А. А. Туризм: классификация и виды // E-Scio. – 2022. – №7(70). – С. 1-12.

ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ К ПРИМЕНЕНИЮ «ЧЕРНОГО PR»

В.А. Гуляева

Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики
vladislavablednaya@gmail.com

В статье рассматривается отношение студентов к использованию стратегии черного PR. Автор статьи проводит семантический анализ понятия «черный PR», затем приводит мнения студентов и экспертов на тему черного PR, и после представляет результаты опроса студентов направления «Реклама и связи с общественностью» об их готовности к применению стратегий черного PR.

Ключевые слова: PR стратегия, черный PR, студент

The article examines the attitude of students to the use of black PR strategies. The author of the article conducts a semantic analysis of the concept of "black PR", then cites the opinions of students and experts on the topic of black PR, and then presents the results of a survey of students in the Advertising and Public Relations program on their readiness to use black PR strategies.

Keywords: PR strategy, black PR, student

Черный PR является одной из самых актуальных тем в сфере рекламы и связей с общественностью. Часто мнения по поводу использования черного PR компанией разделяются. Некоторые специалисты в сфере связей с общественностью считают применение черного PR грубым нарушением профессиональной этики, однако некоторые считают, что эту стратегию действенной, а значит, имеющей возможность вписываться в рамки сферы.

Исследование может помочь понять, как студенческая молодежь относится к черному PR, а также узнать, есть ли зависимость отношения от пола и курса обучения. Целью исследования определим выяснение отношения студенческой молодежи к черному PR. Для достижения цели исследования были сформулированы следующие задачи:

1. Составить опросник для выявления готовности студентов к применению стратегий черного PR в будущей карьере;
2. Провести опрос среди студентов направления «Реклама и связи с общественностью» 1 и 4 курсов обучения;
3. Описать и проанализировать результаты опроса.

Перед началом исследования следует определить теоретические границы рассмотрения понятия «Черный PR». Данный семантический анализ был сделан с использованием материалов сайта «Академик.ру» [1]. Результаты семантического анализа изложены в таблице 1.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что определение понятия «черный PR» отличается в зависимости от словаря, однако все рассмотренные в процессе исследования определения имели схожий смысл. На основе полученных данных сформулируем дефиницию термина, которую будем использовать как значение данного выражения: черный PR – это действия, направленные на создание негативного образа конкурента.

Таблица №1 – Семантический анализ понятия «Черный PR»

	ухудше- ние имиджа	борьба за клиен- тов	созда- ние образа	негатив- ный образ	конку- рент
Википедия	-	+	-	-	+
Толковый словарь русских существительных	+	-	+	+	+
Энциклопеди- ческий словарь	-	+	-	+	+
Словарь многих выражений	-	-	+	+	+
Словарь иностраных слов и выражений	+	-	+	+	+

Среди студенческой молодежи часто бывают популярны острые социальные темы, такие как черный PR. Особую актуальность эта тема имеет для студентов, обучающихся на направлениях, связанных со связями с общественностью. Безусловно, в таких вопросах мнения зачастую расходятся. К примеру, в социологическом центре «Наследие», в Сыктывкаре, происходили дебаты между студентами СГУ и республиканской академии государственной службы и управления. Тема дебатов – «Возможны ли выборы без «черного пиара»?». Команда университета защищала позицию против черного PR. Дебатыры В. Ежов и Н. Краев в своем выступлении делали упор на

то, что «применение технологий «черного пиара» несет вред не только тем, против кого его применяют, а и тем, кто применяет». Они также указывали на «недопустимость использования таких технологий с моральной точки зрения, а также на то, что применение грязных предвыборных технологий вредит всему государству и порочит само существование системы представительной демократии» [3]. В противовес команде университета, команда академии в составе Н. Билецкой и М. Козловой доказывала эффективность технологий черного PR и высказывала следующую позицию: «Практически ни одни выборы последнего времени не проходили без применений технологий «чёрного пиара», а также, что данные технологии являются относительно легким и малозатратным способом достижения победы на выборах» [3]. Разделяются и мнения специалистов, готовящих студентов к будущей карьере по профессии. Например, А. Хаджиаде, специалист по связям с общественностью, высказывает такую точку зрения: «Если вы активны в сфере черного PR, то это отнюдь не хорошо. Если вы применяете черный PR в сторону конкурентов, вы рискуете сами стать объектом черного PR в дальнейшем, и тогда ваша компания может не справиться с последствиями» [4]. Таким образом, автор высказывает мысль о том, что черный PR – явление не только неправильное, но и опасное, поскольку может повлечь за собой обратные PR-кампании против вас. В противовес, А. Крестников, отвечая на вопрос о том, является ли он «королем черного пиара», говорит: «Надеюсь, что это так. Но не только черного, но и белого...Пиар как жизнь – цветной. Главное в пиаре – эффективность. Об этом я и говорю своим студентам... Заповедь Суворова побеждать не числом, а умением, как никогда актуальна в нынешних глобальных медийных войнах» [2]. Можно сделать вывод о том, что черный PR имеет право на существование, однако все зависит от умения его применить.

Нами было проведено исследование с целью выявления отношения студентов СибГУТИ направления «Реклама и связи с общественностью» к стратегии черного PR. Исследование проводилось в форме социологического опроса. В исследовании приняли участие 35 студентов 1 и 4 курса обоих полов (рисунок 1 и 2).

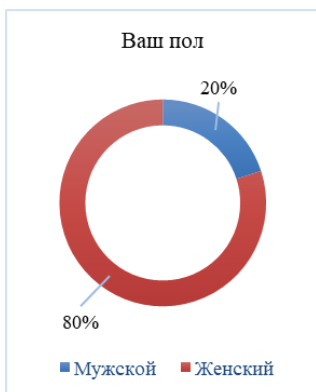


Рисунок 1 – Распределение респондентов по полу

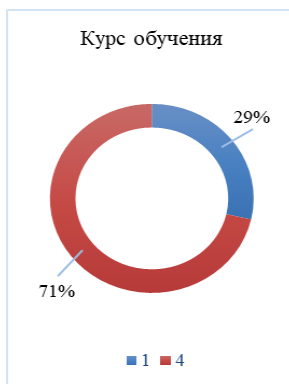


Рисунок 2 – Распределение респондентов по курсу обучения

Перейдем к описанию результатов опроса (рисунок 3). В ходе анализа ответов каждого студента также было выявлены следующие факты: большинство студентов обоих полов, обучающихся на обоих курсах, готовы к использованию черного PR в крайнем случае; большинство студентов, которые были готовы к применению черного PR в будущей профессии, являлись студентами-юноши, обучающимися на 4 курсе; большинство студентов, которые ответили, что готовы на использование технологий черного PR только в крайнем случае, являлись представителями девушки, обучающимися на 1 курсе; воздержались от ответа только женщины.

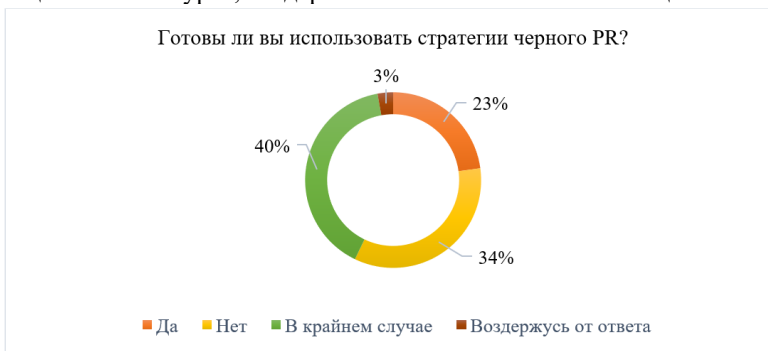


Рисунок 3 – Отношение студентов к возможности использования технологий черного PR в профессиональной деятельности (%)

В заключении стоит отметить, что черный PR остается спорной темой как среди специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью, так и самих студентов. Цель исследования была достигнута. По результатам опроса студентов направления «реклама и связи с общественностью» можем сделать

вывод о том, что студенческая молодежь не может прийти к единому мнению об этом явлении, однако большинство студентов склоняется к применению стратегий черного PR в своей будущей профессии.

Список литературы:

1. Академик.ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://advertising_pr.academic.ru/4/«Черный_пиар» (дата обращения: 18.05.2024).
2. Независимая газета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ng.ru/politics/2020-03-02/100_2003021708.html (дата обращения: 18.05.2024).
3. Твоя параллель [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tvoyparallel.ru/news/politics/studenty-posporili-o-chjornom-piare> (дата обращения 17.05.2024).
4. Хаджиаде А. Черный пиар – это хорошо? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/shorts/KqZZ4Tu-kJI> (дата обращения: 18.05.2024).

ИЗУЧЕНИЕ ОБЛОЖЕК ПЕЧАТНЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КАК ВАЖНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ОБРАЗА И ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ПРОЕКТА

Т.С. Зайцева, А.В. Хмелев

Сибирский государственный университет телекоммуникации и информатики
ah.04@mail.ru

В данной работе были проанализированы обложки трёх журналов СМИ в различных областях. Выявлены недочёты оформления, а также предложены варианты улучшения дизайна. Рассмотрены основные принципы работы с текстом и цветом, в том числе психологию цвета и сочетание цветов. Проверено соответствие выбранных областей с содержанием обложек журналов. Сделан акцент на выявление ошибок, связанных с размером, выравниванием и расположением текста, которые могут влиять на продажи продукта и заинтересованность читателей. Подведены итоги о важности фирменного стиля и актуальной тенденций и закономерностей СМИ в различных отраслевых областях.

Ключевые слова: медиа, дизайн, средства массовой информации, продвижение, фирменный стиль

In this paper, the covers of three media magazines in different fields were analyzed. Design flaws were identified, and options for improving the design were proposed. The basic principles of working with text and color are considered,

including the psychology of color and color combinations. The correspondence of the selected areas with the content of magazine covers was checked. Emphasis is placed on identifying errors related to text size, alignment, and layout that can affect product sales and reader engagement. The importance of corporate identity and current media trends and patterns in various industry areas are summarized.

Keywords: media, design, media, promotion, corporate identity

Дизайн в сфере средств массовой информации можно изучать с различных сторон, так, например, одно направления – это изучения хронологии (изучения изменения по этапам времени) [1], другое воздействия трансформации в виртуальную среду [2; 3], а так же существует ряд работ посвящённых отдельным компонентам (например, использования фотографий в формате ню для обложек, или же информационно графические конструкции внутри) [4]. Стоит отметить, что информационный рынок огромный, это отмечалось ещё в начала 2000-х, и с тех пор он только пополнялся, сначала за счёт сайтов, а затем за счёт групп в социальных сетях, которые так же начали трансформацию в информационные средства [2; 5, с.110-112; 6].

В рамках данной работы был выбран ракурс изучения обложек современных средств массовой информации, чтобы понять отображают они такие параметры как позиционирование (определённый образ что каждое издания продвигает), фирменный стиль (большая часть фирменного стиля сосредоточенна в шрифтах, цветах и определённых графических особенностях), отраслевую привязанность (данный параметр может быть далеко не у всех СМИ, так как он больше просматривается о узкопрофильных которые функционируют в отдельно взятой отрасли). В качестве базы были взяты материалы журналов «Председатель», «Status» и «Leaderstoday» [7; 8; 9].

Журнал «Председатель»: официально, на сайте журнала говорится, что он работает и продвигает компании АПК (агропромышленного комплекса). В качестве объектов изучения были взяты обложки выпусков №126 и №129 за 2022 год (рисунки 1).



Рисунок 1 – Обложки №126 и №129 журнала Председатель 2023 г.

На обложках, с точки зрения дизайна обложка №126 имеет монотонный фон, что не всегда презентабельно, тот же радиальный градиент выглядел лучше, так же блоки анонсов – одинаковые и с одинаковым отступом, задает монотонный ритм в графических конструкциях, от которого быстро устают глаза). При этом обложка №129 более интересна и соответствует направления АПК, а блоки анонсов там «разбавлены» графическими материалами. При этом само название (у средств массовой информации название и логотип — это одно целое) выглядит очень просто, максимально примитивно. При этом важно отметить, что солидные издания работают с философией – «крупный проект лицо не продаёт», а в данном случае 65% пространства первой обложки — это реклама «кондиционера для воды».

Цвет в маркетинге и рекламе несёт немаловажную роль, которая помогает правильно расставить акценты и создавать у людей определённые впечатления. В данном случае зелёный цвет подходит, так как ассоциируется с чистотой, экологией и ростом [10].

Красный и зелёный цвет являются дополнительными по цветовому кругу, но в данном случае оттенки не подходят друг другу. Также цвет логотипа и имя разных оттенков, хоть и считаются одним цветом (красным). QR-код выделяется своими цветами (фиолетовый, синий), которые не соотносятся к основной цветовой гаммой обложки (основные цвета красный и зелёный), одним из альтернативных решений было бы сделать его просто черным.

Второй журнал «Status» — это информационно-новостной бизнес-портал, который посвящён бизнесу (рисунок 2).



Рисунок 2 – Обложки журнала Status 2023 год

На обложках, с точки зрения выбора цвета для текста. У первой обложки плохо читается основной текст так как на фоне полупрозрачного графического шара был выбран серый цвет. Из-за этого пропадает смысл, банально не видно, что написано более мелким размером шрифта. Также стоит отметить, что отсутствует выравнивание у текста по середине обложки, оно хаотично. (Взгляд- Казахстан-Таиланд по нижнему краю, Восток-Индия-Мьянма по верхнему, Китай-Вьетнам- Иран по нижнему и по верхнему). Шрифт под именами разный.

У второй обложки хороший выбор центральной композиции и сочетания цветов. Однако, если говорить о именах людей, стоило выбрать один из вариантов написания (строчные или все прописные буквы) и сделать размер шрифта больше, это замечание относится и ко второй обложке.

Третий журнал «Leaderstoday» позиционируют себя, как информационный хаб. Журнал пишет о успешных людях и экспертных мнениях в разных областях [9; 11].



Рисунок 3 – Обложки №6 и №10 журнала Leaderstoday 2023 год

На обложках с точки дизайна данный проект использует градиенты, с целью создания глубины, акцент сделан на вырезанном образе человека, что располагается так, чтобы частично перекрывать логотип, но уступает анонсам из-за чего визуально конструкция выглядит трёхуровневой или, иными словами, объёмной. Так же есть важный аспект фирменного стиля – цвет (цвета) логотипа, который пересекается с анонсами, за счёт чего обложка выглядит как единый проект. Важно отметить позиционирование проекта: о успешных людях, что передаётся через обложку. Если говорить о рекомендациях, то на второй обложке следует увеличить размер текста в области описания деятельности человека под именем, так как даже при детальном рассмотрении текст плохо читается.

Заключение

После изучения данных обложек можно сделать вывод о тенденции продавать продукты через личность человека (личный бренд). С точки зрения дизайна и оформления журнала есть множество определяющих факторов, которые влияют на продажи и заинтересованность читателей. Например, цвет, он должен пересекаться с основными элементами обложки (логотип, заголовок и т.д.). Не стоит забывать и о психологии цвета, иногда цвет может вызывать тревогу, никак не заинтересованность. Размер и расположения текста, один из важнейших моментов, которые влияют на читабельность и акцентирование внимания на важных элементах.

Фирменный стиль издательства должен прослеживаться на всех этапах, начиная с выбора основного шрифта и цвета, заканчивая визуально запоминающимся логотипом, который будет отражать идею и смысл СМИ.

Список литературы

1. Хмелев А. В. Хронология эволюции дизайна и контента российских СМИ: пройденные этапы, особенности и перспективы нового революционного этапа // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования : Сборник трудов международной научно-практической конференции, Белгород, 05–07 октября 2022 года / Науч. Ред. Е.А. Кожемякин, С.В. Крюкова, А.В. Белоедова. – Белгород: Общество с ограниченной ответственностью «Космос». – 2022. – С. 169-173.
2. Браславец Л. А. Социальные сети как средства массовой информации: к постановке проблемы // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2009. – № 1. – С. 125-132.
3. Доктор К. Ньюсономика. Двенадцать трендов, которые изменят новости; пер. А. Багаева. М.: РИА «Новости». – 2013. – 352 с.
4. Журавская О. Брендинг мужского глянцевого журнала в медийном пространстве // Материалы международной научно-практической конференции «Журналистика-2015: состояние, проблемы, перспективы» 12-13 ноября. Минск. БГУ, 2015. С. 11-14
5. Тамберг В., Бадьин А. Бренд. Боевая машина бизнеса. М.: «Олимп-Бизнес». – 2005. – 240 с.
6. Зверева Е.А. Бумажная пресса в условиях цифровизации медиасистемы // Материалы 21-й международной научно-практической конференции «Журналистика-2019: состояние, проблемы, перспективы» 14-15 ноября. Минск. БГУ. – 2019. – С. 137-141.
7. Журнал Председатель [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://predsedatel-apk.ru/> (дата обращения: 21.04.2024).
8. Журнал Status [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://status-media.com/o-zhurnale/> (дата обращения: 28.03.2024).
9. Журнал Leaderstoday [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://leaderstoday.ru/> (дата обращения: 22.04.2024).
10. Уварова Л.Н., Иванова В.Д. Психология цвета в маркетинге // E-Scio. – 2021. – № 1(52). – С. 399-403.
11. Медиа-кит Leaderstoday [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://leaderstoday.ru/pdf/MediakitLT_24_Jan.pdf (дата обращения: 22.04.2024).

СОЗДАНИЕ ВИДЕОКОНТЕНТА КАК ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ PR-СПЕЦИАЛИСТА

Д.А. Карчагин, А.С. Болотских, Т.И. Монастырская
Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики
dmitriykarchagin@yandex.ru, bolotskikh.alexander2002@mail.ru

В статье показана необходимость формирования таких профессиональной компетенции PR-специалиста как способность создавать новые медиапространства и видеоконтент. Проанализировано мнение преподавателей по оценке представленных на фестивале работ. Приведены примеры созданного для фестиваля видеоконтента. Приведен анализ мнений студентов о фестивале и представленных ими работ.

Ключевые слова: профессиональные компетенции, видеоконтент, swot-анализ, студенческий фестиваль, вирусная реклама, анимированный логотип, обратная связь, опрос

The article shows the need to develop such professional competence of a PR specialist as the ability to create new media spaces and video content. The opinion of teachers on the evaluation of works presented at the festival was analyzed. Examples of video content created for the festival are given. An analysis of students' opinions about the festival and the works they presented is provided.

Keywords: professional competencies, video content, swot analysis, student festival, viral advertising, animated logo, feedback, survey

Для успешного развития в выбранной области необходимо постоянно совершенствовать свои навыки, сочетая практическую и теоретическую деятельность. На рынке труда растет спрос на специалистов, способных адаптироваться к меняющимся условиям и создавать новые медиапространства. Так, в своём научном труде, В. А Евдокимов представляет медиапространство как «совокупность источников, обеспечивающих людей информацией на профессиональной основе и следующих закономерностям развития социальной системы» [1]. Именно поэтому профессия специалиста по рекламе и связям с общественностью требует не только навыков написания рекламных текстов и знания о том, какую информацию следует донести до общественности, но и требует владения цифровыми технологиями для работы с современными инструментами.

1. Создание видеоконтента как одна из основных профессиональных компетенций специалистов в области рекламы и связей с общественностью

Вопросы развития профессиональных компетенций PR специалистов активно обсуждаются на различных профессиональных мероприятиях, в том числе форумах и конференциях. Многие эксперты приходят к выводу, что видеоконтент в социальных сетях пользуется наибольшей популярностью у

аудитории [2], и определяют создание видеоконтента как наиболее актуальный метод работы PR-специалиста. С. А. Левина выделяет следующие преимущества видео [3]: 1) взаимодействие звука и изображения позволяет влиять на различные системы восприятия; 2) даёт возможность применять разнообразные символы для кодирования и передачи информации, создавая ощущение присутствия.

Устойчивый информационный поток сформировал у аудитории склонность к фрагментарному восприятию информации, также известное как «клиповое мышление». В своём исследовании, В. А. Петрова отмечает увеличение объёма информации, в связи с которым большинство людей предпочитает усваивать информацию короткими блоками. Это отчетливо заметно на примере социальных сетей, где пользователи быстро поглощают информацию, не углубляясь в контекст [4]. Видеоматериалы обладают большим потенциалом воздействия на аудиторию, так как они способны передавать информацию более наглядно и эмоционально, чем текстовые сообщения, что в свою очередь увеличивают частоту кликов и взаимодействий. Рамки учебного плана ограничивают возможности обучения созданию видеоконтента, который является одним из способов формирования профессиональных компетенций. Создание видеоконтента различными специалистами является залогом постоянного развития отраслей, связанных с видеоконтентом — к примеру, рекламной деятельности или кинопроизводства. Благодаря совершенствованию методов создания видеоконтента появляются новые стили, веяния, которые вносят разнообразные новшества как в теорию, так и в практику многих сфер деятельности.

2. Практическое обучение студентов созданию видеоконтента

В своём исследовании В. И. Сумина подчеркивает значимость практического аспекта образования. Она отмечает, что помимо традиционных форм обучения, таких как лекции и семинары, студентам необходимо иметь возможность практического погружения в процессы видеопродакшена для развития навыков создания современного видеоконтента [5].

Студенческий фестиваль вирусной рекламы «Особо заразен» – ежегодное мероприятие, ежегодное мероприятие, проводимое студентами Сибирского государственного университета телекоммуникаций и информатики. Основные участники данного фестиваля – студенты III-IV курсов, обучающиеся по направлению «Реклама и связи с общественностью». Тематика видеороликов определяется компаниями-партнерами фестиваля. Определение победителей происходит следующим образом: учитываются голоса зрителей фестиваля и решения судейской коллегии. Члены жюри выбирались исходя из их опыта и специализации с целью обеспечения наиболее качественной и профессиональной оценки представленных работ. Данное мероприятие нацелено на развитие профессиональных компетенций у

будущих специалистов в сфере рекламы и на решение практических вопросов, связанные с разработкой рекламного контента. Логотип фестиваля разработан А. Цветковой и выглядит следующим образом (рис. 1):



Рисунок 1 – Логотип студенческого фестиваля вирусной рекламы «Особо заразен»

Вирусная реклама — это оригинальный тип рекламы, отличающийся своей формой или содержанием, который пользователи распространяют самостоятельно после её появления в интернете [6].

Процесс создания вирусной рекламы для участия в фестивале состоит из двух этапов:

1. видеопроизводство: разработка креативной идеи, далее пре-продакшн, продакшн, пост-продакшн видеоролика;
2. посев: на этом этапе происходит первичное продвижение видео в социальных сетях. После собираются все данные и формируется отчёт по посеву.

Таким образом, студенческий фестиваль вирусной рекламы «Особо заразен» успешно решает следующие задачи:

1. развитие профессиональных компетенций у молодых специалистов. У студентов появляется возможность на практике применить свои теоретические знания в области маркетинга и создания видеоконтента;
2. укрепление профессиональной среды. Налаживаются связи между образовательными учреждениями, рекламными агентствами и компаниями, способствующие развитию индустрии рекламы и повышению качества образования;
3. анализ возможностей успешного проведения фестиваля.

Для проведения качественного анализа были опрошены шесть преподавателей Сибирского государственного университета телекоммуникаций и информатики, являющихся экспертами в области образования, рекламы и связей с общественностью. Анкета содержала в себе 11 открытых вопросов.

Покажем результаты анализа ответов на вопросы, относящиеся к разработке видеоконтента фестиваля. Преподавателям было предложено рассмотреть возможность расширения спектра учебных дисциплин по созданию видеороликов (рис. 2). Все участники опроса указали на

необходимость расширения учебных дисциплин и подчеркнули значимость развития

- 1) - Безусловно! Без видео (диджетал) не возможно современное общество
- 2) - Да, конечно, видео контент сейчас самый востребованный и вовлекающий
- 3) - Возможно
- 4) - Очевидно возможен, но и в рамках уже существующих дисциплин возможно формирование соответствующих навыков
- 5) - Да
- 6) - Да

Рисунок 2 – Анализ ответов на вопрос «Возможно ли расширение круга учебных дисциплин и практик обучения созданию видеоконтента»

Большинство опрошенных преподавателей дали высокую оценку студенческим работам. но также были выявлены и удовлетворительные оценки. Это свидетельствует о том, что в видео могли быть определённые недостатки, что в очередной раз подчёркивает необходимость совершенствования обучения в области видеопроизводства. Кроме того, преподаватели акцентируют внимание на важности умения студентов создавать видеоконтент, поскольку это непосредственно влияет на их профессиональную востребованность среди потенциальных работодателей.

Ответы преподавателей на вопрос, касающийся развития компетенций в сфере создания видео, приведены на рисунке 3.

- 1) - Да
- 2) - Данную компетенцию развивают
- 3) - Развивает
- 4) - Конечно
- 5) - Абсолютно развивает
- 6) - Для того чтобы создать произведение нужно владеть разными профессиями. Начиная от административных и заканчивая творческими. Здорово, что у студентов есть возможность попробовать себя в разных направлениях и определить где у них лучше получается и что им больше нравится

Рисунок 3 – Анализ ответов на вопрос «Развивает ли фестиваль «Особо заразен» компетенции, связанные с производством видеоконтента в контексте направления «Реклама и связи с общественностью»

Респонденты единогласно подчеркнули значительный вклад фестиваля в развитие профессиональных компетенций студентов. Было отмечено, что специалисту необходимо обладать разнообразными навыками и опытом в различных областях.

Основываясь на результатах опроса, был проведён SWOT-анализ создаваемого видеоконтента фестиваля «Особо Заразен» (рис. 4):

<p>Strengths (Сильные стороны)</p>	<p>Развитие навыков и профессиональных компетенций; Тренировка насмотренности в области видеоконтента; Применение современных технологий в работе; Развитие коммуникационных навыков в работе с аудиторией.</p>
<p>Weaknesses (Слабые стороны)</p>	<p>Нехватка опыта и знаний в области видеопроизводства; Технические проблемы и недостаток ресурсов при создании контента;</p>
<p>Opportunities (Возможности)</p>	<p>Получение обратной связи от экспертов в области PR; Повышение уровня самооценки студентов в своих способностях; Построение портфолио</p>
<p>Threats (Угрозы)</p>	<p>Неуспеваемость студентов по другим дисциплинам; Нарушение авторских прав или законы об интеллектуальной собственности при создании контента; Провал роликов из-за их низкого качества;</p>

Рисунок 4 – SWOT-анализ создаваемого видеоконтента фестиваля

SWOT-анализ выявляет слабые и сильные стороны, а также возможности для развития и потенциальные риски. На основе проведённого SWOT-анализа можно сделать следующие заключения:

1. сильные стороны подчёркивают важность и необходимость проведения фестиваля «Особо Заразен», поскольку участие в нём позволяет студентам развивать свои способности в создании видеоконтента и профессиональные навыки. Участники учатся мыслить нестандартно, осваивают анализ данных, что позволит им взаимодействовать с целевой аудиторией тет-а-тет и удовлетворять их потребности в будущем;

2. в контексте слабых сторон возникает основная проблема — недостаток как практического опыта, так и базовых знаний в сфере видеопроизводства. Кроме учебных предметов, входящих в программу бакалавриата, необходимы дополнительные курсы и мастер-классы по созданию видеоконтента;

3. возможности предоставляют студентам возможность устанавливать непосредственные контакты с коллегами, обладающими значительным опытом в своей сфере деятельности. Например, на фестивале «Особо Заразен» каждый год в состав жюри входят руководители рекламных агентств и отделов по связям с общественностью, кандидаты наук и другие специалисты. После выполнения качественной работы, студент не будет сомневаться в своих способностях (что часто происходит с начинающими специалистами), получит отзывы от экспертов в своей области, а также

создаст портфолио, с которым он может искать себе работу в разных организациях;

4. разнообразные угрозы, с которыми возможно столкнуться, могут быть эффективно контролированы: надзор за нарушениями авторских прав может осуществляться преподавателем соответствующей дисциплины с целью предотвращения подобных ситуаций еще до их возникновения. Неуспеваемость по другим дисциплинам контролируется деканатом, который имеет право применять различные дисциплинарные меры в отношении студентов.

В ходе работы было создано 4 видео для студенческого фестиваля вирусной рекламы «Особо Заразен». В процессе создания видеоконтента использовались полученные знания в дизайнерской отрасли, в звукорежиссуре и видеопроизводстве. Благодаря созданию видеороликов, удалось привлечь внимание аудитории и повысить охват фестиваля. Видеоконтент стал эффективным инструментом для продвижения и повышения статуса фестиваля «Особо Заразен».

Список литературы

1. Евдокимов В. А. Информационное и медиaprостранство: соотношение понятий // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2018. – №4 (34). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnoe-i-mediaprostranstvo-sootnoshenie-ponyatiy> (дата обращения: 27.04.2024).
2. Горелова Т. П., Серебровская Т. Б. Особенности цифрового потребления видеоконтента на платформе YouTube // Современная конкуренция. – 2021. – №3 (83). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-tsifrovogo-potrebleniya-videokontenta-na-platfome-youtube> (дата обращения: 02.04.2024).
3. Левина, С. А. Использование видеоконтента в процессе обучения по направлению «Реклама и связи с общественностью» / С. А. Левина // Материалы научно-методической конференции СЗИУ РАНХиГС. – 2022. – № 1. – С. 50-57. – EDN SSJXPC. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49716402> (дата обращения: 27.04.2024).
4. Петрова, В. А. Специфика производства рекламного контента в Reels и Tiktok / В. А. Петрова, Н. Р. Джавршян // Инновации. Наука. Образование. – 2021. – № 46. – С. 1552-1559. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=47415804> (дата обращения: 02.04.2024).
5. Сумина, В. И. Тренинги как инструмент реализации профессионального медиаобразования (на примере обучения студентов-журналистов созданию современного видеоконтента) / В. И. Сумина // Современное состояние медиаобразования в России в контексте мировых тенденций (к 65-летию почетного президента Ассоциации кинообразования и медиапедагогики

России, профессора А.В. Федорова): Материалы международной научной конференции, Таганрог, 06 ноября 2019 года. – Таганрог: Ростовский государственный экономический университет «РИНХ». – 2019. – С. 270-275. – Режим доступа: <https://www.ifar.ru/pr/2019/n191114a.pdf#page=270> (дата обращения: 02.04.2024).

6. Курипченко Е. В. Технологии вирусной рекламы в интернет-пространстве / Е. В. Курипченко // Торговля и рынок. – 2021. – № 3-1(59). – С. 116-123. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=50203288> (дата обращения: 27.04.2024).

ПРЕДПОЧТЕНИЯ СТУДЕНТОВ В ИСПОЛЬЗОВАНИИ ЦИФРОВЫХ МУЗЫКАЛЬНЫХ ПЛАТФОРМ

Е.В. Козлова

Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики
korona2004kozlova@yandex.ru

В статье представлены результаты исследования музыкальных привычек и предпочтений студентов, фокусируясь на платформах, которые они используют для прослушивания музыки. В опросе приняли участие 79 студентов СибГУТИ направления «Реклама и связи с общественностью в социальной и коммерческой сферах». Социальные медиа, стриминг-сервисы и онлайн-радиостанции являются наиболее популярными платформами для прослушивания музыки у студентов, музыкальные предпочтения студентов формируются в социальном окружении, где друзья и сверстники играют важную роль в влиянии на музыкальные вкусы. Кроме того, обнаружилось, что музыкальные привычки студентов в значительной мере зависят от их академических и личных обстоятельств, а студенты заявили, что музыка помогает им расслабиться, сфокусироваться и справиться со стрессом.

Ключевые слова: прослушивание музыки, студенты, музыкальные платформы, социальные медиа

The article presents the results of a study of students' musical habits and preferences, focusing on the platforms they use to listen to music. The survey involved 79 students of SibSUTI majoring in Advertising and Public Relations in Social and Commercial Spheres. Social media, streaming services and online radio stations are the most popular platforms for listening to music among students, students' musical preferences are formed in a social environment, where friends and peers play an important role in influencing musical tastes. In addition, it was found that students' musical habits are largely dependent on their academic and personal circumstances, and students stated that music helps them relax, focus and cope with stress

Keywords: listening to music, students, music platforms, social media

Музыка – важная часть жизни большинства людей, играющая жизненную роль в формировании их эмоционального и культурного опыта. С развитием технологий и появлением новых музыкальных платформ, студенты сегодня имеют доступ к обширному спектру музыкальных источников, что обуславливает интерес к исследованию влияния этих платформ на музыкальные предпочтения и поведение молодежи.

Многие исследования фокусируются на изучении использования музыкальных платформ у взрослых и детей, но мало внимания уделяется исследованиям использования музыкальных платформ у студентов. Студенты, как правило, имеют более свободный доступ к интернету и могут использовать различные музыкальные платформы для прослушивания музыки, создания музыкальных коллекций и общения с другими музыкальными фанатами.

Кроме того, исследуется, какие музыкальные платформы более популярны среди студентов и почему студенты выбирают определенные музыкальные платформы. В целом, работа направлена на исследование музыкальных платформ, используемых студентами, и на анализе их влияния на музыкальные предпочтения.

Цель исследования: изучить предпочтения пользователей при выборе платформы для прослушивания музыки и определить, какие факторы влияют на их выбор.

Задачи исследования:

1. Определение предпочтений пользователей: задача заключается в сборе информации о предпочтениях пользователей при выборе платформ для прослушивания музыки через опрос, созданный на сайте «Яндекс Формы» среди студентов 1-4 курсов направления «Реклама и связи с общественностью».

2. Изучение влияния факторов на выбор платформы: задача состоит в выявлении факторов, которые оказывают наибольшее влияние на выбор платформы для прослушивания музыки и подкастов.

3. Выявление предпочтений по аудитории и жанрам: задача направлена на изучение предпочтений пользователей в отношении аудитории и жанров музыки или на различных платформах. Гипотезы о наиболее популярных жанрах, востребованной аудитории и предпочтительном способе общения с другими слушателями могут быть проверены при помощи опроса. Цель состоит в выявлении тенденций в предпочтениях пользователей в отношении контента и коммуникативных возможностей платформы.

Гипотеза исследования. Пользователи выбирают платформу для прослушивания музыки основываясь на удобстве использования, наличии рекомендаций и персонализированного контента.

Результаты исследования: опрос проведен с использованием сервиса Яндекс Формы [1]. Анкета состояла из 12 вопросов. В опросе приняли участие 79 человек, студенты высшего учебного заведения. Студентам было предложено ответить на вопрос «Какие платформы они используют для прослушивания музыки?» (рисунок 1).

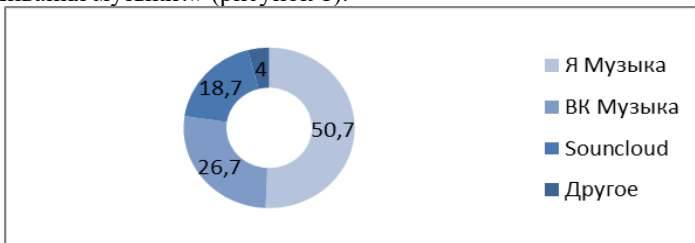


Рисунок 1 – Предпочтения студентов в выборе платформы для прослушивания музыки (%)

Каждый второй студент отдает предпочтение сервису Я Музыка от компании Яндекс. VK Музыка выбирает меньшее число студентов, но социальная сеть признается удобной, в том числе удобной для прослушивания музыки. В качестве ограничения сервиса VK Музыка называют возможность прослушивания музыки в фоновом режиме только по платной подписке. Также студентам было предложено назвать какие другие платформы они используют для прослушивания. Студенты назвали иностранные (зарубежные) площадки – YouTube, Spotify, Apple Music, а также Мплеер-приложения (перенос данных музыки аккаунта человека для фонового прослушивания) – Mooza, Sova, Нота.

Студентам был предложен вопрос на выявление преимуществ выбранной платформы для прослушивания (рисунок 2).

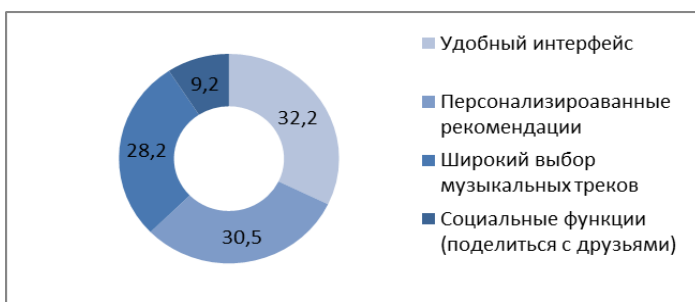


Рисунок 2 – Преимущества используемой платформы для прослушивания музыки (%)

Респондентам было предложено оценить качество интерфейса предпочитаемой платформы (для оценки использовалась шкала от 1 до 10, где – 1 наименьшая оценка, а 10 наибольшая оценка). Высокие оценки получила характеристики – доступность треков – 87,5% респондентов

поставили оценки в диапазоне от 6 до 10; дизайн приложения – 82,3% респондентов оценили в диапазоне выше среднего; удобство функций поиска – 89,9% респондентов оценили в диапазоне выше среднего; расположение иконок – 86,1% респондентов также оценили в диапазоне выше среднего.

Респонденты ответили на вопрос о популярных для прослушивания жанрах, среди предпочтительных жанров оказались поп (28,2%), рэп (24,3%), рок (18,8%), а также «phonk» (15,3%). Phonk – поджанр хип-хоп культуры, который вдохновился от рэпа [2].

63,3% респондентов используют функцию плейлистов от платформы, редко, но пользуются еще 27,8% респондентов. Кроме того, более 8,9% респондентов предпочитают плейлисты, созданные по популярным трекам и хитам. Результаты опроса также показали, что около 34,4% респондентов предпочитают музыкальные платформы, которые предлагают рекомендации музыки на основе их предпочтений и истории прослушивания.

В целом, результаты опроса указывают на то, что слушатели музыкальных площадок предпочитают плейлисты, основанные на жанрах и стилях музыки, и ожидают рекомендаций музыки, соответствующих их предпочтениям. Гипотеза исследования – пользователи выбирают платформу для прослушивания музыки основываясь на удобстве использования, наличии рекомендаций и персонализированного контента не опровергнута.

Результаты исследования продемонстрировали важность понимания музыкальных привычек и предпочтений студентов в контексте их социального окружения. Опрос, проведенный среди 79 студентов, выявил популярность социальных медиа, стриминг-сервисов и онлайн-площадок как платформ для прослушивания музыки. Музыкальные предпочтения студентов, как правило, формируются в социальном окружении, где друзья и сверстники играют важную роль во влиянии на музыкальные вкусы. В целом, исследование показывает важность понимания музыкальных привычек и предпочтений студентов и необходимость проведения дальнейших исследований в этом направлении.

Список литературы

1. Яндекс Формы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://yandex.cloud/ru/services/forms?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F. (дата обращения: 15.05.2024).
2. Жанр фонк: один из самых популярных стилей современности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ruffnews.ru/Zhanr-fonk-odin-iz-samyh-populyarnyh-stiley-sovremennosti_125050#:~:text=Фонк%20-%20это%20поджанр%20хип-хоп,записям%20в%20стиле%20мэмфис-рэпа (дата обращения: 15.05.2024).

НЕЙРОННЫЕ СЕТИ: НОВАЯ ЭРА В ЦИФРОВОМ МАРКЕТИНГЕ

С.А. Кузнецов

Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики
semenk2002@yandex.ru

Актуальность статьи обусловлена растущей популярностью и влиянием нейронных сетей во всех сферах бизнеса, включая маркетинг и рекламу. Современным профессионалам крайне важно понимать, как эти инновационные технологии могут повысить эффективность их маркетинговых кампаний и вывести их на новый уровень.

Ключевые слова: нейронные сети, искусственный интеллект, маркетинг, реклама

The relevance of the article is due to the growing popularity and influence of neural networks in all spheres of business, including marketing and advertising. It is extremely important for modern professionals to understand how these innovative technologies can improve the effectiveness of their marketing campaigns and take them to the next level.

Keywords: Neural networks, artificial intelligence, marketing, advertising

Нейронные сети – одна из самых перспективных и быстро развивающихся областей современной науки и техники. Эти компьютерные системы, созданные по принципу работы человеческого мозга, в последние годы произвели революцию в самых разных областях - от распознавания изображений до вождения самоуправляемых автомобилей.

Все началось с простых математических моделей, которые были разработаны в середине 20 века. Однако настоящий прорыв в развитии нейронных сетей произошел только в 2000-х годах благодаря росту вычислительных мощностей и появлению больших данных. Современные нейронные сети способны решать невероятно сложные задачи, которые еще не так давно казались неподвластными машинам.

Нейронные сети сегодня используются повсеместно - в медицине для ранней диагностики заболеваний, в финансах для прогнозирования рынка, в промышленности для оптимизации производственных процессов и так далее. Очевидно, что этот революционный инструмент не обошел стороной и маркетинг, где он открывает огромные возможности.

Рассмотреть возможности нейронных сетей в рекламе и маркетинге, показать практические примеры их успешного применения, привести кейсы использования нейронных сетей ведущими брендами.

Возможности нейронных сетей в рекламе и маркетинге.

1. Персонализация рекламных кампаний

Одно из самых важных применений нейронных сетей в маркетинге – персонализация рекламных кампаний. Благодаря способности нейронных сетей обрабатывать и анализировать огромные объемы данных, можно обращаться к каждому потребителю индивидуально. Технологии машинного обучения позволяют собирать и обрабатывать информацию о поведении пользователей на сайте, их предпочтениях, поисковых запросах, истории покупок и другие данные в режиме реального времени. На основе этого анализа нейронные сети способны автоматически генерировать персонализированный контент, рекомендации и рекламу, максимально релевантные для каждого человека. Использование динамического таргетинга и ремаркетинга - еще один пример применения нейронных сетей для персонализации рекламных кампаний. Алгоритмы машинного обучения отслеживают действия пользователей, анализируют их поведение и автоматически показывают им наиболее подходящие онлайн-предложения. Это значительно повышает вовлеченность аудитории и конверсию. Таким образом, нейронные сети позволяют максимально персонализировать взаимодействие с каждым клиентом, что, в свою очередь, повышает эффективность рекламных кампаний и лояльность потребителей.

2. Прогнозирование поведения потребителей. Одно из важнейших преимуществ использования нейронных сетей в маркетинге - возможность с высокой степенью точности предсказывать поведение потребителей. Алгоритмы машинного обучения способны обрабатывать и анализировать огромные объемы данных о предпочтениях, интересах и покупательском поведении клиентов. На основе этого анализа нейронные сети могут распознавать закономерности и создавать модели прогнозирования. Это позволяет с высокой степенью вероятности предсказать, какими товарами или услугами с наибольшей вероятностью заинтересуется конкретный потребитель и когда и по какой цене он будет готов их приобрести. Например, нейронные сети могут использовать данные о посещаемости сайта, истории поиска, просмотренных товарах и сделанных заказах, чтобы предсказать, насколько вероятно, что пользователь совершит повторную покупку в ближайшем будущем. Или определить, какие категории товаров с наибольшей вероятностью заинтересуют нового посетителя, основываясь на анализе поведения аналогичных покупателей. Благодаря таким знаниям бренды могут значительно повысить эффективность своих маркетинговых стратегий. Они могут оптимизировать ассортимент продукции, ценообразование, время проведения рекламных кампаний и другие важные параметры, чтобы добиться максимального отклика и конверсии целевой группы. Таким образом, использование нейронных сетей для прогнозирования поведения потребителей открывает широкие возможности для повышения эффективности маркетинга и увеличения продаж.

3. Оптимизация контента и рекламных объявлений. Одним из ключевых преимуществ использования технологий машинного обучения, в том числе

нейронных сетей, является возможность автоматической оптимизации контента и рекламных сообщений для повышения их эффективности. Нейронные сети способны анализировать огромные объемы данных о поведении пользователей, их предпочтениях, интересах и реакции на различный контент. На основе этого анализа алгоритмы могут выявить ключевые факторы, влияющие на вовлеченность, конверсию и другие важные показатели. Например, нейронные сети могут определить, какие заголовки, визуальные элементы, структуры текста или тон голоса лучше всего резонируют с целевой группой. Или какие комбинации текста, изображений и видео лучше всего подходят для конкретной кампании. Это позволяет брендам автоматически создавать и оптимизировать контент для достижения максимальной эффективности. Это значительно снижает затраты на создание контента, ускоряет процесс его создания и повышает рентабельность маркетинговых инвестиций. Аналогичные подходы используются для оптимизации рекламы. Нейронные сети анализируют огромные объемы данных об эффективности различных рекламных носителей, их таргетинге, бюджетах и конверсиях. На основе этих данных они автоматически создают рекламные объявления и адаптируют их для повышения эффективности. Например, алгоритмы могут определить, какие сочетания текста, изображений и видео лучше всего воспринимаются целевыми группами. Или какие целевые группы, время показа или географические характеристики оказывают наибольшее влияние на конверсию объявлений. Благодаря таким автоматизированным методам оптимизации бренды могут многократно повысить эффективность своих рекламных кампаний, сократить расходы и добиться более высокой отдачи от маркетинговых инвестиций.

4. Автоматизация и повышение эффективности таргетинга. Использование нейронных сетей и методов машинного обучения открывает огромные возможности для автоматизации и оптимизации таргетинга рекламных кампаний. Раньше таргетинг рекламы осуществлялся вручную на основе ограниченного количества данных о пользователях – их демографических данных, местоположения, интересов и т. д. Это требовало больших трудозатрат и ограничивало глубину и точность таргетинга. Это было трудоемко и ограничивало глубину и точность таргетинга. Современные технологии машинного обучения позволяют анализировать гораздо более обширные и детальные данные о пользователях - их поведение на различных ресурсах, взаимодействие с контентом, поисковые запросы, профили в соцсетях и многое другое. Нейронные сети способны распознавать сложные закономерности и взаимосвязи в этих массивах данных и определять наиболее важные характеристики для таргетинга рекламы. Например, алгоритмы могут определить, что для рекламы определенного продукта наиболее эффективно нацеливаться на пользователей с определенным образованием, семейным положением, профессией, интересом к определенным темам в Интернете и т. д. Это позволяет выбирать целевые

группы не только по стандартным демографическим параметрам, но и по гораздо более тонким и нетривиальным потребительским сегментам. Кроме того, нейронные сети способны постоянно анализировать эффективность таргетинга и самооптимизироваться в режиме реального времени. Они могут автоматически корректировать настройки таргетинга, чтобы максимизировать конверсию, ROI и другие ключевые показатели. Таким образом, использование технологий машинного обучения при таргетировании рекламы позволяет значительно повысить точность и эффективность, сократить трудозатраты на ручное управление и обеспечить постоянную оптимизацию рекламных кампаний. Это приводит к повышению ROI, увеличению количества конверсий и, в конечном счете, к более эффективному использованию маркетинговых бюджетов [4].

Примеры успешного использования нейронных сетей, кейсы ведущих брендов. Volkswagen заменил целое маркетинговое агентство на искусственный интеллект. С 2016 года за продвижение легковых Фольксвагенов отвечает компания Blackwood Seven, которая работает на основе искусственного интеллекта. Нейросеть агентства делает предиктивную аналитику и на основе полученных данных помогает решить, где и как запускать рекламные объявления, сколько денег на это тратить. Для анализа нейросеть берет рыночные данные вроде цен на топливо, цен конкурентов и общую заинтересованность в конкретной модели авто [5].

Coca-Cola официально внедряет ChatGPT и генератор изображений Dalle в свою работу. В новом пресс-релизе Coca-Cola заявила о партнерстве с консалтинговой компанией Bain & Company и OpenAI, разработчиком программного обеспечения для искусственного интеллекта. Для улучшения маркетинга и привлечения новых клиентов Coca-Cola будет использовать нейросети ChatGPT и DALL-E (генератор изображений).

«Додо пицца»: меню пиццы по рецепту, придуманному ChatGPT. Шеф-повар ресторана захотел создать «идеальный рецепт» и обратился за вдохновением к нейросети. Но итоговый рецепт все же пришлось подшлифовать под бизнес реалии [7]. Ресторан Ruski предложил гостям новую коктейльную карту, в создании рецептов для нее поучаствовал искусственный интеллект. Нейросеть нашла логические связи между ингредиентами, создала тексты и иллюстрации. «Кофемания» запросила нейросеть о том, как выглядит идеальный завтрак и теперь готовит «Первый AI завтрак» для своих посетителей. А именно, тёплую бриошь со сливочной стрчателлой, свежей клубникой, перуанским манго и соусом из маракуйи [9].

«Яндекс.Еда» активно тестирует технологии искусственного интеллекта, чтобы улучшать качество фото ресторанов. Технология сделает цвет картинки более привлекательным для пользователя. Как говорят в компании, такие фото увеличивают конверсию заказов. Для обработки фото

используется нейросеть MidJourney и собственные разработки «Яндекса» [11].

Применение нейронных сетей для решения бизнес-задач растет с каждым годом. ИИ активно используется для: прогнозирования спроса на товары и услуги; оптимизации уровня складских запасов; анализа данных о потребителе; предложений индивидуальных рекомендаций и рекламы; автоматизация процессов в производстве и транспортной логистике; автоматизации общения с клиентами и заказчиками.

Нейросети могут генерировать тексты, создавать изображения, записывать аудио дорожки, «оживлять» фото и создавать видео. Нейронные сети способны анализировать поведение посетителя на сайте и предсказывать, чем он может заинтересоваться, основываясь на его предыдущих действиях. Это позволяет опередить потенциального клиента на шаг и предложить ему нужные товары или услуги именно в тот момент, когда он их ищет и готов совершить покупку.

Самый яркий пример использования такой технологии — Яндекс.Музыка. Разработчики утверждают, что сервис настолько хорошо подбирает интересный контент, что каждая его рекомендация — это новая песня в плейлисте. Яндекс.Музыка анализирует сохраненные и популярные треки и автоматически подбирает похожие произведения. Отказы также учитываются, чтобы похожие треки не отображались в «2Предложениях». Кроме того, на основе понравившихся треков можно создать так называемую «нейромузыку» — композиции, сгенерированные с помощью того же искусственного интеллекта.

Рекламная индустрия всегда была в авангарде внедрения новых технологий, и искусственный интеллект - не исключение. По мере того, как искусственный интеллект продолжает развиваться и проникать в различные аспекты нашей жизни, он меняет способы взаимодействия рекламодателей с целевыми клиентами. Интеграция искусственного интеллекта в рекламную экосистему меняет не только способы создания и доставки рекламы, но и методы ее анализа и оптимизации. В новую эру рекламы, управляемой искусственным интеллектом, в отрасли произойдет смена парадигмы таргетированного маркетинга, что в конечном итоге приведет к созданию более персонализированных и эффективных рекламных кампаний.

Искусственный интеллект предлагает предприятиям общественного питания инструменты для более эффективного и инновационного маркетинга. Индивидуальный подход, анализ данных и автоматизация процессов помогают улучшить впечатления гостей и увеличить прибыль.

Список литературы

1. Балашов М. К. Будущее маркетинга: нейронные сети как инструмент обслуживания клиентов // Наука и образование сегодня. — 2017. — № 11(22). — С. 52—55.

2. Бурханов Т.Р., Кошель В.А. Роль нейросетей в маркетинговом продвижении компании на B2C рынке // Практический маркетинг №12 (318). – С. 4-10.
3. Галушкин, А.И. Нейронные сети: история развития теории: Учебное пособие для вузов. / А.И. Галушкин, Я.З. Цыпкин. - М.: Альянс. – 2015. – 840 с.
4. Как нейросети помогают при продвижении товаров и услуг в диджитале [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://adindex.ru/publication/opinion/digital/2023/04/6/311777.phtml> (дата обращения: 08.05.2024).
5. Как крупные бренды используют нейросети (искусственный интеллект) в маркетинге [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/653759-kak-krupnye-brandy-ispolzuyut-neiroseti-iskusstvennyi-intellekt-v-marketinge> (дата обращения: 08.05.2024).
7. Как российские ритейлеры и рестораторы используют нейросети [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://retailer.ru/cards/kak-rossijskie-ritejlery-i-restoratory-ispolzujut-nejroseti/> (дата обращения: 08.05.2024).
8. Кондратюк, Ю. С. Влияние искусственного интеллекта на маркетинг / Ю. С. Кондратюк// NovaInfo.Ru. – 2023. – № 137. – С. 30-32.
9. Первый AI-завтрак: как СберПервый и рестораны «Кофемания» готовят с нейросетью [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/spetsproekt/488315-pervyj-ai-zavtrak-kak-sberpervyj-i-restorany-kofemania-gotovat-s-nejroset-u?erid=4CQwVszH9pSaLBekaTZ> (дата обращения: 08.05.2024).
10. Осокина, К. А. Использование нейросетей в маркетинге / К. А. Осокина // Современный специалист-профессионал: теория и практика: Материалы 15-ой международной научной конференции студентов и магистрантов, Барнаул, 02–04 марта 2023 года / Под общ. ред. В.А. Ивановой, П.А. Косёноквой. – М.: Издательство «Перо». – 2023. – С. 79–81
11. Нейросеть улучшит фото блюд ресторанов в «Яндекс.Еде» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://shoppers.media/news/6087_neiroset-ulucsit-foto-bliud-restoranov-v-iandeksede (дата обращения: 08.05.2024).

ИСТОРИЯ ПОЯВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-МЕМА В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ (НА ПРИМЕРЕ ИНТЕРНЕТ-МЕМА ЖДУН)

А.В. Логутов

Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики
loguter@inbox.ru

Автор статьи освещает актуальную тему – Интернет-мемы – это достаточно новое и мало изученное явление нашей действительности. Мемы возникают спонтанно и с большой скоростью распространяются по Интернет-сети. Они активно влияют на восприятие реальности как потенциальных пользователей, так и на тех, кто их создает и распространяет. Кроме того, они отрывают определенные творческие способности и позволяют пользователям выражать актуальные идеи и мысли. В этой связи актуальным является изучение того, как подобные смыслы могут вкладываться в совершенно случайные объекты, которые затем тиражируются и распространяются дальше, влияя не только на онлайн реальность, но и на реальные события в офлайне.

Ключевые слова: симулякр, гиперреальность, Интернет пространство, информация, культура, символ, смысл, аудитория, онлайн, офлайн сообщества

The author of the article highlights an urgent topic – Internet memes are a fairly new and little-studied phenomenon of our reality. Memes arise spontaneously and spread at high speed over the Internet. They actively influence the perception of reality of both potential users and those who create and distribute them. In addition, they detach certain creative abilities and allow users to express relevant ideas and thoughts. In this regard, it is relevant to study how such meanings can be invested in completely random objects, which are then replicated and spread further, affecting not only online reality, but also real events offline.

Keywords: simulacrum, hyperreality, Internet space, information, culture, symbol, meaning, audience, online, offline communities

Наука социология со своего основания задается вопросом – что же держит любое общество или сообщество вместе? В частности, было предположено, для того чтобы держаться вместе, общество должно иметь определенную степень однородности, это значит, что люди в нем имеют общие нормы и ценности и ориентируются на общие образцы, либо внутри общества должны циркулировать те же смыслы, которые понятны всем, либо люди должны друг другу подражать и имитировать действия друг друга настолько, чтобы понимать друг друга без слов [1].

Габриель Тард говорил, что все что есть в обществе социальное и должно быть предметом социологии, потому что все то, что подражается –

социально, а все, что социально – подражается. К этим идеям был осуществлен возврат примерно через 100 лет после их возникновения, и связано это с именем Ричарда Докинза биолога-эволюциониста, не социолога, который подошел к этому со своей точки зрения. Он изучал процессы генетической эволюции и выявил следующую закономерность, для того чтобы передаваться и копироваться с точностью, необходимо присутствие гена репликатора, это понятие из генетики, описывает процесс самовоспроизводства клеток, которые обеспечивают точное копирование генетической информации и передачи ее от поколения к поколению. Он предположил, что существует негенетическая передача информации, которая происходит в рамках культуры и, что соответственно, должны существовать специфические элементы, передающие информацию от человека к человеку, которые распространяются в процессе подражания. Таким образом, он вывел понятие мема как единицы культурной информации, способной к самовоспроизводству в человеческом обществе через процессы подражания [2]. Мемы как единицы подражания являются способом передачи информации от одного человека к другому, а также локализуется в объекте, который фактически передается через сети межличностной коммуникации. Мемы как объекты – это некий контент, укорененный в информационном сообществе, в общей информационной культуре, который приобретает узнаваемую форму. Интернет, войдя во все сферы нашей жизни, принес с собой новые идеи Интернет-мемов, и даже само понятие мем приобрело некоторые мутации, теперь это не просто отдельный контент информации, это конкретное изображение, которое известно внутри сети. Мемы стали предметом не только естественного отбора, но и искусственного, который направляется спонтанным творчеством пользователей и отвечает на какие-то актуальные запросы аудитории. Это означает, что один и тот же мем может иметь разную форму и фон, более того, он может определять понимание контекста, в котором появляется мем. Со временем мем выходит за границу онлайн сообщества и влияет на офлайн сообщество [3].

Вместе с идеями Ж. Бодриера мы можем говорить о существовании гиперреальности, это связано не только с Интернетом, но и вообще с пространством производства и потребления символов. Интернет пространство является отличным примером для того, чтобы исследовать симулякры (семиотический знак, не имеющий означаемого объекта в реальности). Ж. Бодриер вводит понятие гиперреальность и основой этого понятия является симуляция. А единицами в гиперреальности выступают соответственно симулякры, то есть знаки, которые относятся не к существующему в реальности объекту, а к некоему символическому наполнению по природе симулятивному. Ж. Бодриер так же описал ступени развития симулякра, то, как образ отрывается от конкретного объекта и через определенные этапы превращается в нечто не сопоставимое с изначальным объектом, более того приобретает другие смыслы и функции. И основываясь

на тех фазах, которые он выделил как из физического конкретного объекта можно получить мем как симулякр.

Ждун –скульптурная работа нидерландской художницы Маргрит ван Бреворт (Рисунок 1). Это серое существо с человеческими руками, с головой морского слона и телом гигантской личинки. Вид у него грустный, он сидит, сложив руки и ждет, надеется, что все будет хорошо. Изначально скульптура задумывалась как символ ожидающего в очереди к врачу в надежде на выздоровление. Сначала скульптура была выставлена перед детской больницей в Лейдене (2016), позже ее переместили перед входом в медицинский центр Лейденского университета (2017).



Рисунок 1 – Создатель скульптуры «Ждун» нидерландская художница Маргрит ван Бреворт

1 этап. Образ отражает фундаментальную реальность. Симулякр все еще отражает непосредственную реальность. В Интернете он начинает тиражироваться по сетям общения. Его кидают друг другу как смешную картинку и его пытаются каким-то образом интерпретировать, используя другие мемы. Кроме того, к новому первому этапу можно отнести формирование и самой идеи, и материального воплощения этой идеи в виде игрушки (Рисунок 2).



Рисунок 2 – Игрушка «Ждун»

2 этап. Образы маскируют и искажают основную реальность: фигура Ждуна начинает появляться как молчаливый свидетель или в несколько похожей позе. Иными словами, они появляются там, где их быть не должно. Никакого наполнения символического в Ждуне еще нет, просто для юмора, просто случайно, просто в схожих позах (Рисунок 3).

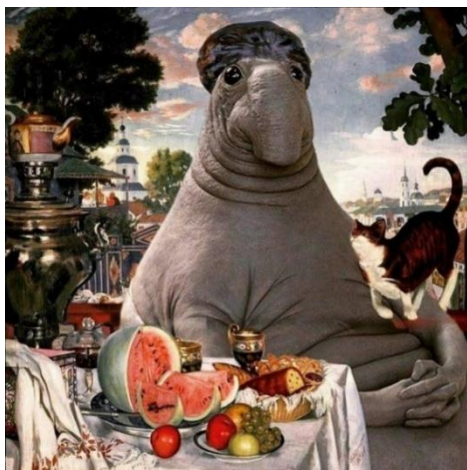


Рисунок 3 – Подмена реальных действующих лиц



Рисунок 4 – Ожидание чего-то

3 этап. Образ маскирует отсутствие фундаментальной реальности. Ожидание и надежда. На этом этапе уже обращается внимание на то, что у него глаза, полные надежды, сцепленные пальцы рук на животе, символ задумчивости и раздумий. Это печальное выражение вызывает волну возникновения новых различных мемов и возникает его популярность. Появляется символическое изображение ожидания чего-либо (Рисунок 4).

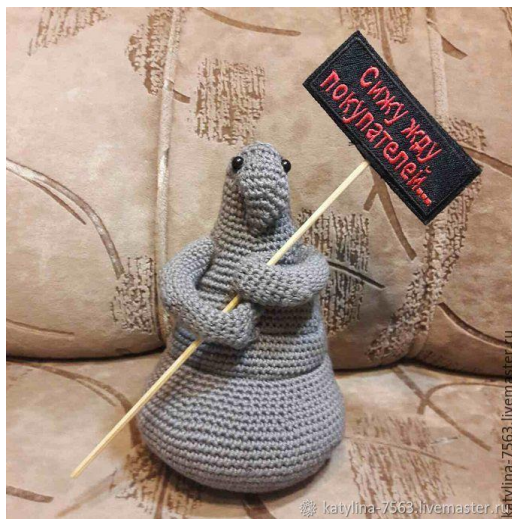


Рисунок 5. Овеществление симулякра

Четвертый этап. Образ, который не имеет отношения к реальности (симулякр). Он примерил в себе все значения, которые ему приписывали, теряет связь с первоисточником и становится самостоятельным мемом, представляет сам себя на картинках и воспринимается в соотношении с

другими мемами как мем с мемом, живет своей жизнью. Более того, он уже настолько самостоятелен, что может подстраивать сам для себя контекст восприятия, например, взаимоотношение с другими мемами, как мем с мемом, отсылает к себе как образ (смысловая единица), становится источником Интернет-фольклора. Ждун используется в различных Интернет-манипуляциях как образ, отсылающий сам к себе и только после этого появилась эта замечательная игрушка (Рисунок 5) [3].

Таким образом, перемещение симулякра произошло, он вернулся в реальность. Интернет-мем Ждун превратился из фотографии, отражающей реальность в симулякр, самостоятельный медиаобъект, способный генерировать собственный смысл независимо от своего материального воплощения, интерпретировать реальность и использоваться для творчества. В разных сообществах, выделенные этапы могут проходить асинхронно, так как Интернет-сообщества не существуют синхронно, и очень часто разные этапы существуют в один и тот же период. Вырастая из объекта реальности, мем переходит в гиперреальность, а оттуда может перейти в материальный объект не тождественный первому.

Список литературы

1. Аршинская Наталья Александровна Интернет-мемы в коммуникативном пространстве: функции // НАУ. – 2015. – №6-3 (11). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-v-kommunikativnom-prostranstve-funktsii> (дата обращения: 09.03.2024).
2. Ричкрд Докинз Эгоистичный ген. – М. – 2013. – 512 с.
3. Ягодкина М.В. Мемы в интернет-коммуникации // Art Logos. – 2019. – №2 (7). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/memy-v-internet-kommunikatsii> (дата обращения: 20.03.2024).

КОРРУПЦИЯ КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ: ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

А.В. Логутов

Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики
loguter@inbox.ru

Автор статьи обращается к теме, которая приобрела остроактуальное значение – проблема распространения коррупции в обществе. Рассматривая коррупцию в рамках истории, можно отметить тот факт, что она была распространена в различных обществах и культурах. В древних цивилизациях, таких как Древний Рим, коррупция проявлялась в виде взяточничества, уклонения от налогов, злоупотребления властью и других

формах. В России она выражалась в виде кормлений, мздоимства, лихоимства. Сегодня коррупция остается одной из основных проблем страны. Она разрушает доверие населения к власти, препятствует экономическому развитию, создает условия для неравенства и социальной несправедливости.

Ключевые слова: алчность, внешний контроль, внутренний контроль, чиновники, бюрократия, кормления, воеводы, деньги, подношения, подарки

The author of the article addresses a topic that has become extremely relevant – the problem of the spread of corruption in society. Considering corruption in the context of history, it can be noted that it was widespread in various societies and cultures. In ancient civilizations, such as Ancient Rome, corruption manifested itself in the form of bribery, tax evasion, abuse of power and other forms. In Russia, it was expressed in the form of feeding, bribery, extortion. Today, corruption remains one of the main problems of the country. It destroys the population's trust in the government, hinders economic development, creates conditions for inequality and social injustice.

Keywords: greed, external control, internal control, officials, bureaucracy, feeding, governors, money, offerings, gifts

История взятки восходит к Древним векам. Само слово коррупция происходит из древнего Рима. 509 г. до н.э. Первая Римская Республика, народное собрание одобряет законопроект, предложенный Гаем Юлием Цезарем, он вошел в историю как закон о вымогательствах и запрещал все прямые и косвенные подкупы чиновников. Документ содержал 101 пункт и регламентировал деятельность наместников в провинции. В частности, им запрещалось принимать от населения золотые венки, весьма популярные подношения времен Древнего Рима. Слово коррупция на латыни означает подкуп. Ко временам Юлия Цезаря она достигла огромных масштабов и закон о вымогательствах был одной из серьезных мер, принятых для борьбы с ней. Но искоренить коррупцию не удалось. Она расцвела пышным цветом во времена Римской Империи и в конце концов ослабило огромное государство [1].

Так что же такое взятка? Закон Всемирного тяготения чиновников к деньгам или некая Российская особенность? Существует такая вещь как русская взятка?

Говоря о корнях взятки, она прописана в человеческой цивилизации. Как только возникает государство, в любой его форме, а у кого-то возникает ресурс управления, тут же возникают люди, которые хотят этот ресурс иметь в несколько большем количестве, чем все остальные. Мы пытаемся смотреть на эту проблему со стороны людей образованных и не вовлеченных в процесс, а вы попробуйте встать на точку зрения людей, которые с той стороны получают эти блага и ищут оправдания тому, что они делают и тогда

с их стороны все выглядит абсолютно иначе. Само собой, разумеющимся процессом того, что у меня есть причина с людей брать деньги за те услуги, которые я предоставляю. Люди находят оправдания, просто человеческая история придала всей этой действительно безобразной вещи, которая называется теперь коррупция, знак минус по совокупности. Но если мы посмотрим с точки зрения тех людей, которых сейчас арестовываются, которые арестовывались в XIX веке, XVIII веке и далее, пока они этим занимались, они рассматривали это вполне позитивным явлением, более того, те кто несли им и благополучно решали свою проблему, тоже считали, что это позитивная история.

Всегда, как правило, власть, правитель, верховный правитель, и само общество в какой-то степени осознает пагубность вот этого явления, его негативный характер. Недаром говорят, что само слово коррупция происходит из Древнего Рима, от латинского глагола «согупреге», что означает растлевать, уже само понятие коррупция входит понятие некоего растления. То есть это, с одной стороны аморально, а с другой стороны момент даже преступный [3].

Если говорить о происхождении взятки в России, в Древней Руси, здесь действительно можно найти некоторые весьма непозитивные, а объективные моменты, когда в этом не было ничего особенного, даже она воспринималась как-то довольно естественно, как плата чиновникам, посаженным на кормление. В XV-XVI веках, когда регионы российского государства управлялись даже еще не воеводами, а так называемыми наместниками и волостелями, которых великий князь, а затем царь назначал куда-то править, им он не определял никакого жалования. В XVII веке назначаются уже воеводы и соответственно приказные люди вокруг них и как правило они тоже жалования не получали. И как воевода и как другие приказные люди московских приказов они исполняли определенные обязанности, а какую они должны были получать плату? Они кормились за счет челобитчиков дел, то есть люди, которые обращались к ним с какими-то просьбами, с какими-то делами, то они естественно должны были что-то заплатить. Но в ряде центральных приказов уже существует жалование, для воевод это уже служба. В XVIII веке жалование уже в большей части получают чиновники центральных учреждений. Дальше начинают получать местные, причем местным жалование только объявлялось, но не при Петре, ни после Петра его как правило не платили. Платили очень короткий период в 20-е годы при Елизавете шло жалование. Когда в казне появлялись деньги им платили, когда деньги заканчивались им переставали платить по 2-3 и больше лет они жалования не получали. Во времена Елизаветы было такое понятие акциденции – случайные подношения людей чиновникам, так было прописано в их штатном расписании, жалование не получает, «кормится от дел».

В 1763 году Екатерина II распорядилась, чтобы найти возможность платить достойное жалование всем чиновникам, включая местное управление [1].

Но это ничего не поменяло, взятка возвращается и возвращается. Есть формула, предложенная Робертом Клитгаардом в 90-е годы этого столетия: коррупция возникает в тех случаях, когда есть алчность (человеческая склонность) + возможности – контроль. Бери большой в том нет науки бери, что только можешь взять, на что приделаны нам руки как ни на то, чтоб брать, брать, брать.

Реформы времен Александра II мало чем отличалась от Павловских если говорить об отношении ко взятке. Бурное развитие промышленности и особенно железнодорожной сети давала возможности для махинаций с огромными суммами денег, поскольку концессии на строительство железных дорог распределяло государство, предприниматели искали пути подкупа приближенных императора для того, чтобы получить крупный заказ. По свидетельству одного из современников, в этот так называемый бизнес была вовлечена даже вторая жена царя Екатерина Долгорукова. Снисходительное отношение к коррупции стало в обществе нормой. Даже изначально совестливый человек, попавший в бюрократическую машину начинает искать доходного места, испытывая на себе давление обстоятельств как, например, герой одноименной пьесы А.Н. Островского молодой чиновник Василий Николаевич Жадов, который просит должности у своего могущественного дяди. Постановки пьесы «Доходное место» были запрещены в течение 6 лет после ее выхода в печать. Александр Островский впервые поднял вопрос о тотальной коррумпированности всего государственного аппарата, а не о жадности отдельных чиновников.

Глава уголовного сыска Российской империи в начале XX века вспоминал случаи, когда проходимцы, притворяясь князьями брали деньги с доверчивых чиновников, обещая устроить их на доходные места.

Борьба с коррупцией на протяжении столетий практически не приносила никаких результатов. Одна из причин была бездумная раздача фаворитам и приближенным к власти богатств, которые в любой момент могли быть отняты. От этого они чувствовали себя временщиками и стремились нажить побольше. Как писал один из исследователей «правительство одной рукой энергично и бесплодно искореняло взяточничество, а другой рукой столь же энергично, но и довольно успешно насадила условия по необходимости рождающее новое поколение взяточников».

Что касается алчности, человек должен быть склонен к этому. И в XVIII, XIX, XX, и в XXI есть люди, которые имеют возможности, но не берут взятки просто потому, что их мама с папой так воспитали, у них есть моральные императивы. Бывают исторические периоды, когда у государства, у чиновников нет этих возможностей, над ними стоит партийный контроль, например, или еще какой-то контроль, который перекрывает и алчность, и

все остальное. Минус контроль — это именно проблемы, которые к России имеет самое прямое отношение — расстояние, размеры и натуральные ресурсы. И если в части алчности и возможностей в России были флюктуации чуть больше, чуть меньше, что делать с контролем? В третьем элементе формулы масса проблем. Первое это то, что внутренний контроль зачастую невозможен из-за того, что далеко, как например, контролировать Владивосток? И второе это ресурсы, как проверить сколько убрали урожая, сколько деревьев срубили, сколько минералов, нефти добыли? Он скажет 5000 или 10000 поди проверь, потому что всего слишком много.

В России в общем-то не сложилось изначально с внешним контролем. Бывает внутренний контроль государство само себя контролирует различными внутренними службами. А есть внешний (общественный) контроль, у нас исторически с ним проблемы. Контроль действительно крайне важен, и эта проблема возникла еще в XVII веке, когда впервые в законодательстве было прямо было разделено лихоимство и мздоимство, посул и почести. Собор наложения в 640 году говорит о том, что посол наказывается и довольно жестоко, дьяка били кнутом, он подвергался торговой казни. Во времена Алексея Михайловича и позже, когда действительно наказание было, но оно было достаточно редким, потому что у государства не было возможности не только дело в огромном расстоянии, что нельзя всех повсеместно проконтролировать, отсутствовал даже аппарат специальный, который мог вот это контролировать. Дальше при Петре I эта проблема еще больше обострилась, в связи с тем, что государство еще больше стало ресурсным, но и расходы государства также возросли многократно, государственный бюджет, который расходовался на войну и на другие связанные с этим вещи (на строительство и т.п.). Через государственную казну пошли очень большие деньги и люди, которые оказались здесь, они просто не могли удержаться и контролировать надо было строго и жестко. И Петр I принял меры, он создал институт фискалов, майорские специальные комиссии, розыскные канцелярии, которые по каждому случаю принимали какие-то меры, организовывали розыск, были публичные казни. Был наказан сибирский губернатор Матвей Гагарин, был казнен (колесован) сам фискал Алексей Нестеров. О чем это говорит, вот эта жестокость, даже взыскания, жестокость преследования, репрессии не останавливает коррупцию [2].

Список литературы

1. Даукаев И.М., Журавленко Н.И. История борьбы с коррупцией в дореволюционной России // Правовое государство: теория и практика. 2013. №3 (33). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-borby-s-korrupsiey-v-dorevoljucionnoy-rossii> (дата обращения: 08.04.2024).
2. Киричников А.И. Взятка и коррупция в России — М.: Альфа, 2019. - 350 с.
3. Манько А.В. Коррупция в России. Особенности национальной болезни. — М.: Аграф, 2012. — 248 с.

ИССЛЕДОВАНИЕ МНЕНИЯ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ АБИТУРИЕНТОВ
КАК ВАЖНЫЙ АСПЕКТ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ
(на примере проекта разработки фирменного стиля
Института телекоммуникации «ИТ» СибГУТИ)

Е.В. Мулюкина, А.К. Борзенко, А.В. Хмелев
Сибирский государственный университет телекоммуникации и информатики
ah.04@mail.ru

Фирменный стиль важен для всех компаний и структур разного типа, в том числе и для образовательных организаций. Можно ли сформировать уникальные стиль, такой чтобы отображал отраслевую привязанность, ассоциации без исследования, однозначный ответ нет, при этом в оптимальном состоянии нужно исследовать как среду (конкурентов), так и аудиторию (потребителей). Данная работа строится на базе данных опроса школьников (потенциальных абитуриентов СибГУТИ), который проводился с февраля по март 2024 года, данные исследования легли в основу формирования фирменного стиля для Института телекоммуникаций СибГУТИ.

Ключевые слова: исследование, цвета, форма, фирменный стиль, опрос, целевая аудитория

Corporate identity is important for all companies and structures of various types, including educational organizations. Is it possible to create a unique style, such that it reflects industry affinity, associations without research, there is no definite answer, while in an optimal state it is necessary to study both the environment (competitors) and the audience (consumers). This work is based on data from a survey of schoolchildren (potential applicants to SibSUTIS), which was conducted from February to March 2024; these studies formed the basis for the formation of a corporate identity for the Institute of Telecommunications.

Keywords: research, colors, shape, corporate identity, survey, schoolchildren

Разработка фирменного стиля, это сложный процесс и важно понять, что он должен отображать, какой в нем может быть смысл, будет ли он понятен целевой аудитории. Образовательные организации в этом плане тоже не исключение, тут тоже высокая плотность рынка, как и в многих сферах отечественной экономики, а логотип — это некий маяк, что позволяет ориентироваться, но важно понять правильно ли понимают и видят его смысл абитуриенты [1, с.110-112; 2, с. 19; 3; 4]. В 2022 году в СибГУТИ в результате изменения структуры организации было сформировано четыре института, каждому из которых был разработан стиль, через который была видна основная деятельность и связь с основным стилем университета. Разработка фирменного стиля для «Института телекоммуникаций» (ИТ) была сделана Е.В. Мулюкиной в рамках магистерской работы. Для разработки была

выбрана технология совмещения исследований, предполагавшая изучить другие технические учебные высшие заведения Новосибирской области по теории А.Уиллер и провести опрос школьников, чтобы понять какой образ будет понятен и привлекателен [5; 6]. Первое исследование строилось на базе теории А.Уиллер (ее суть заключалась в том, что уникальность — это соединение трех компонентов – цвета, формы и наполнения), дало следующий результата (рисунок 1)[6].

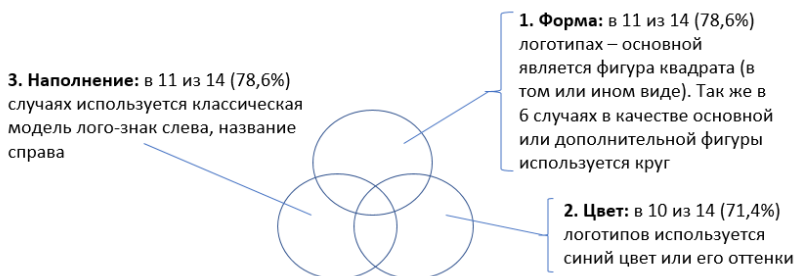


Рисунок 1 – Результаты исследования логотипов технических учебных заведений по теории А. Уиллер

Как видно из исследования, квадрат не уникальная форма, а синий цвет используется в подавляющем числе случаев.

Далее было проведено исследование мнений школьников (анкетный опрос). Для этого была разработана гугл форма с девятью вопросами о цвете, форме и сокращенной формы названия «ИТ» и «iТ»). Опрос прошло 36 человек.

Вопрос 1. Какие ассоциации у вас вызывает слово «телекоммуникация»?
 Результат: Связь, техника, обмен информацией, телевидение, новости, сети, вышки, Интернет, СМИ (многие ответы показывают, что ассоциации связаны со средствами массовой информации, имеют слабую связь с техническими (конструкторскими технологиями)).

Вопрос 2. В качестве логотипа вас больше привлекают детализированные или минималистичные изображения? Результат: 94,4% выбрали минималистичный вариант (то есть вариант, где нет множества мелких деталей, и вообще большого количества элементов, если посмотреть, то практически 75-80% современных логотипов придерживаются такого стиля).

Вопрос 3. Назовите логотип любой IT компании, который запомнился вам по форме, цвету или иным параметрам. Результат:

Университеты: МГУ, НГТУ, НГУЭУ, СибУПК, ТПУ.

Компании: Яндекс, Гугл, Майкрософт, Авито, 2ГИС, Лого компаний технических устройств.

Вопрос 4. Логотип должен хорошо читаться на темном, на светлом, на больших и малых предметах? Результат: ответ «Да» - 100% (по существу, тут нет ничего удивительного, ведь реклама, поверхность, и носитель могут быть разными, и продуманный логотип будет универсальным инструментом).

Вопрос 5. Какая форма у вас больше ассоциируется с техническими специальностями? Результат на рисунке 2.

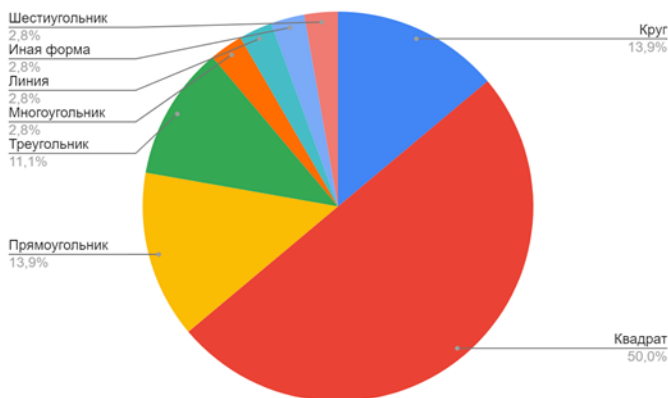


Рисунок 2 – Оптимальная форма

В данном случае был выбран «квадрат» и «круг», да в предыдущем исследовании квадрат был слишком частым объектом, но опять же почему он был выбран – чаще всего процессоры, микропроцессоры и микросхемы квадратные.

Вопрос 6. Считаете ли вы использование очевидных образов в логотипе технического учебного учреждения (спутник, кабель, монитор и т.д.) приемлемым? Результат на рисунке 3.

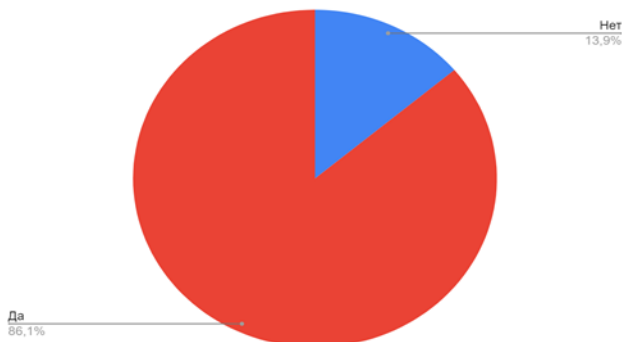


Рисунок 3 – Ассоциативные элементы

86,1% ответили да на этот вопрос, но при этом нужно не забывать про результаты второго вопроса о минимализме, получается, что да такие элементы позволяют подчеркнуть связь с технической сферой, но нужно знать меру в их использовании.

Вопрос 7. С каким цветом у вас ассоциируется слово «Связь» (телефонная, интернет, и т.д.)? Результата на рисунке 4.

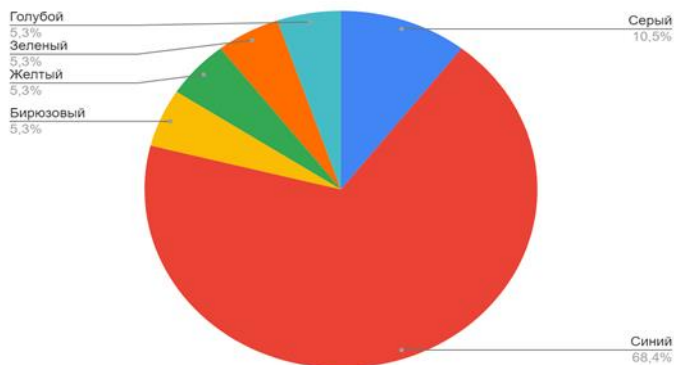


Рисунок 3 – Цвета

68,4% - синий цвет, во многом это можно связать с такими ассоциациями как «небо», «спутники», «звезды», «звуковые волны». Хотя так же нужно напомнить, что у технических заведений это самый частый цвет. И тут есть тесная связь со следующим вопросом.

Вопрос 8. Какие мысли у вас вызывают цвета – синий, светло синий, бирюзовый? Результат: небо, провода, грусть, море, интеллект, мир, свобода, спокойствие.

Вопрос 9. ИТ или IT – какая аббревиатура в логотипе больше подходит современному техническому университету? Результата на рисунке 4.

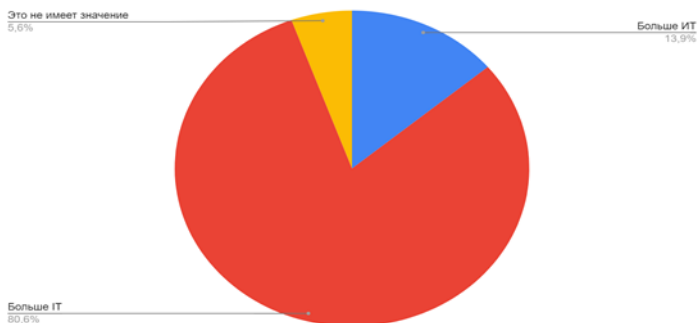


Рисунок 4 – Форма аббревиатуры в логотипе

80,6% – выбрали iT, и тут важно понять почему. При беседах со школьниками стало понятно, что «iT» – это отсылка it–индустрии, или it–отрасли, то есть к чему-то глобальному, современному, актуальному, в то время как аббревиатура «ИТ» не имеет такого глобального смысла.

Заклучение. В целом данное исследование показывает, что виденье молодого поколения может отличаться от того, как видят элементы и ассоциации люди старшего поколения. При этом в исследовании видны определённые закономерности – в параметрах формы (квадрат) и цвета (синий), что делает работу в области уникальности более сложной, так как два из трех компонентов могут пересекаться с другими фирменными стилями (как одновременно два, так могут быть и случаи, где пересекается один компонент). Так стоит выделить важные аспекты – логотип должен быть хорошо читаем на разных поверхностях (как по цвету, так и по размеру), иметь ассоциативные элементы и при этом быть минималистичным.

Список литературы

1. Тамберг В., Бадьин А. Бренд. Боевая машина бизнеса. М.: «Олимп-Бизнес2. – 2005. – 240 с.
2. Огилви Д. Тайны рекламного двора - советы старого рекламиста. - М.: Ассоциация работников рекламы. – 2005.
3. Аaker Д.А. Создание сильных брендов / пер. с англ. М.: Издательский дом Гребенникова. – 2003.
4. Хмелев А.В. Брендинговые проблемы отечественных товарных марок – причина низкой привлекательности // Инфосфера. Новосибирск. – 2016. – №72. – С. 19-20
5. Мулюкина Е.В. Исследование логотипов образовательных технических организаций Новосибирской области // Современные проблемы телекоммуникаций: Материалы Всероссийской научно-технической конференции с международным участием, Новосибирск, 19–20 апреля 2023 года / Под редакцией А.В. Ефимова, Т.И. Монастырской. Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики. – 2023. – С. 284-293.
6. Уиллер А. Индивидуальность бренда. Руководство по созданию, продвижению и поддержке сильных брендов. / А. Уиллер / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс. – 2004.

АНАЛИЗ РЕКЛАМНЫХ СТРАТЕГИЙ И КАМПАНИЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ ДИЗАЙН-СТУДИИ LINES DESIGN BUREAU

А.И. Никипелова

Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики

В статье представлен анализ рекламной стратегии и кампаний в социальных сетях петербургского бюро-дизайна LINES DESIGN BUREAU. Компания оказывает дизайнерские услуги. Для анализа взяты каналы продвижения услуг компании: сайт для продвижения, канал на видеохостинге You Tube, канал на платформе Беханс, страница в Дзен; VK сообщество; Telegram-канал. Проведен анализ политики продвижения на выбранных ресурсах, который позволил выделить сильные и слабые стороны продвижения, сформулировать рекомендации направленные на повышение эффективности работы с целевыми аудиториями на площадках продвижения с учетом их специфики.

Ключевые слова: рекламная стратегия, реклама, каналы продвижения, социальные сети, посты

The article presents an analysis of the advertising strategy and social media campaigns of the St. Petersburg LINES DESIGN BUREAU. The company provides design services. For the analysis, the channels for promoting the company's services are taken: a website for promotion, a YouTube video hosting channel, a channel on the Behans platform, a Zen page; a VK community; a Telegram channel. The analysis of the promotion policy on the selected resources was carried out, which made it possible to identify the strengths and weaknesses of promotion, formulate recommendations aimed at improving the effectiveness of working with target audiences on promotion sites, taking into account their specifics.

Keywords: advertising strategy, advertising, promotion channels, social networks, posts

Продвижение компании в цифровой среде – это важнейший инструмент маркетинговых коммуникаций. На примере компании LINES DESIGN BUREAU рассмотрим рекламную стратегию продвижения в социальных сетях. В компании применяются следующие каналы продвижения в социальных сетях:

- Сайт для продвижения [2];
- You Tube (видео) [1];
- Беханс – платформа, объединяющая творческих специалистов (проекты) [4];
- Дзен (видео, статьи) [6];
- VK сообщество [5];
- Telegram-канал (видео, шортсы, опросы) [3].

Рассмотрим более подробно перечисленные каналы.

На платформе Дзен создан канал, где размещены видео и статьи с полезными обзорами и рекомендациями экспертов LINES Design Bureau по планировке и интерьерам. На канале 51 подписчик, размещено всего 4 видео и 18 статей. Важно отметить, что последние размещенные видео и статьи датируются двумя годами от текущего времени, следовательно можно сделать вывод о том, что данный канал рекламирования на сегодняшний день не включен в рекламную стратегию и не поддерживается свежим контентом. Размещенные статьи имеют от 7 до 51 прочтений в статистиках, что является незначительным количеством, в отличие от видео, которое посмотрели от 80 до 15000 раз. Таким образом, такой канал рекламирования как платформа Дзен на сегодняшний день не используется в стратегии рекламирования.

Далее рассмотрим канал You Tube исследуемой организации. Канал создан в 2019 году и имеет 29 тысяч подписчиков, что является достаточно большим показателем для небольшой и молодой компании. Всего на канал загружено 198 видео, которые в совокупности просмотрены 2 972 585 раз.

Стратегия размещения и направленность размещаемого контента. Стратегия размещаемого контента на канале You tube – экспертность в вопросах дизайна, планировки, ремонта и интерьера жилых помещений. Экспертом в основном выступает создатель и руководитель LINES Design Bureau Влад Седов. Концепция видеороликов направлена на легкость и свободу подачи материала для получателя контента. Важно отметить, что в стратегии продвижения контента на данном канале особое внимание уделяется названиям и описаниям видеосюжетов. Все заголовки говорят о том, что контент либо решает какую-либо «боль» подписчика, либо имеют зацепку на трендовости, актуальности и полезности роликов. Одного взгляда на такие заголовки достаточно, чтобы просмотреть его прямо сейчас, либо добавить в сохраненные и просмотреть при случае. Такие заголовки как «ТОП 8 ОШИБОК, о которых жалеют после РЕМОНТА», «ДИЗАЙНЕРСКИЕ ОШИБКИ, которые ПРЕВРАТЯТ ваш дом в помойку в 2024 году», «Топ решений для ванных комнат до 5м2.», «ДЛЯ ТЕХ, кто задумал ремонт в 2024 – ТОП 5 самых полезных видео» не могут остаться незамеченными у целевого подписчика. На канале много интересных и качественно снятых обзоров на реализованные и текущие проекты с разборами и выводами, что также может быть полезным для людей, планирующих дизайн и ремонт своего помещения. Заметен плавный переход направленности видео из среднего сегмента в премиум сегмент потребителей. В целом самые популярные видео имеют от 100 до 300 комментариев, и до 100 тысяч лайков при почти полном отсутствии дизлайков, то есть подписчики активно комментируют контент, что говорит об их интересе к нему и вовлеченности. Но можно отметить, что компания выборочно дает ответы на комментарии, что в целом, нормально для большого количества комментариев, но присутствует много вопросов от подписчиков, адресованных компании, на

которые не получены ответы, хотя комментинг в данном случае можно использовать в воронке продаж и в продвижении компании. Таким образом, такой канал продвижения как You Tube активно используется в стратегии продвижения LINES Design Bureau, имеет преимущества в виде большого числа подписчиков, достаточно хорошую их вовлеченность и качественный трендовый контент. Заметен плавный переход направленности видео из среднего сегмента в премиум сегмент потребителей. Из недостатков можно отметить выборочный комментинг, что говорит о некотором упущении возможности коммуникации с лидами и реализации воронки продаж.

Telegram канал LINES Design Bureau. Данный канал не брендирован фирменным логотипом и имеет отличное от LINES Design Bureau название «Темный интерьер». Связано это с тем, что изначально данный канал создавался не как маркетинговый инструмент, а как некий неофициальный приближенный к организации канал, так как коллектив компании молодой и креативный, то в канале планировали шутить, рассказывать подписчикам о внутренних процессах бюро, но неофициально. Тогда возникла идея его не делать каким-то официальным важным каналом. На сегодняшний день, в процессе перехода компании в премиум-сегмент возможно необходимо пересмотреть данную стратегию и брендировать имеющийся канал, плавно переводя из разряда «компанейского лампового» пространства в более официальный, но при этом важно сохранить индивидуальность и баланс контента, чтобы не потерять своих уже наработанных подписчиков. На канале относительно немного подписчиков, всего 2577 человека, размещено 562 фотографии и 31 видео. Говоря о контенте канала, можно отметить, что в нем постепенно заметен переход с неофициального оттенка публикаций к более серьезному, от менее дорогих проектов к премиум проектам, так, например, публикация о съемках для ведущего издания в мире дизайна и интерьеров говорит об уровне и престиже компании. Таким образом, можно отметить, что такой канал продвижения в соцсетях как Телеграм активно применяется компанией, но имеет ряд недостатков. Канал имеет отличное от фирменного название «Темные интерьеры», не брендирован фирменным логотипом и не имеет прямой ссылки с сайта бюро.

Далее рассмотрим аккаунт в социальной сети Вконтакте исследуемой организации. В аккаунте LINES Design Bureau, созданном в 20214 году относительно немного подписчиков, всего 1100 человек. Сообщество функционирует как бизнес-аккаунт, визуально оформлен стильно и в единой цветовой гамме, отражающей стиль бюро в работе - натуральные оттенки природных материалов: дерева, камня и земли.

Под оформленной шапкой профиля размещены блоки с реализованными проектами, выполненные как портфолио. Для коммуникаций с клиентами созданы кликабельные кнопки «написать сообщение», «Связаться» и «Подписаться», в боковом блоке присутствуют все необходимые контакты и ссылки. Анализируя посты, можно сделать вывод о редких и нерегулярных

размещениях, так, на момент 24.05 2024 года последние публикации датируются 25.04.2024г., их было несколько в один день, то есть с момента последней публикации прошел месяц. Далее следует пост, размещенный в декабре 2023 года. Таким образом, за пять месяцев текущего года реализовано всего несколько публикаций, что является серьезным недостатком в реализации продвижения в социальных сетях. Проведя анализ всех размещенных публикаций, можно сделать вывод о повышении качества публикуемого контента, также прослеживается и переход в другой сегмент цены, так в 2022 году видеоконтент был менее креативным и профессиональным чем в 2024 году. Важно отметить низкую вовлеченность подписчиков аккаунта, под постами оставлено минимум реакций, например к посту от 25 апреля 2024 года оставлено всего пять лайков, из 207 просмотров, и не оставлено ни одного комментария. Проведя контент анализ всех публикаций можно сделать вывод об отсутствии вовлекающих постов на стене сообщества, таких как опросы и сборы мнений, конкурсы и розыгрыши, увеличивающие количество подписчиков. Кроме того, в группе отсутствуют магнетизированные блоки и формы сбора данных для реализации воронки продаж, нет предложений, например, о запросах на бесплатную услугу, которые бы позволяли осуществлять первичный сбор данных для последующей рассылки и таргетинга. Также можно сделать вывод о том, что стратегия продвижения в социальной сети ВКонтакте носит точечный нерегулярный характер и имеет информационно-рекламную направленность, не нацеленную на продвижение услуг и рост подписчиков. Таким образом, можно сделать вывод о низкой эффективности стратегии продвижения в социальной сети ВКонтакте.

Завершив анализ применяемых в стратегии продвижения компании социальных сетей анализом профессиональной сети Behance. Behance — это крупнейшая в мире платформа, объединяющая творческих специалистов, популярная среди дизайнеров и иллюстраторов всего мира социальная медиа-платформа, принадлежащая Adobe. LINES Design Bureau зарегистрирована на данной платформе с 2013 года, с этого времени на данную компанию подписалось 497 подписчиков, а публикации получают положительные оценки. Данный профиль – скорее имиджевый компонент, в дизайнерской среде считается хорошим тоном иметь присутствие на Behance, и наоборот, отсутствие компании на этой платформе говорит о не современном подходе и не ориентировании в трендах.

Важно отметить, что несмотря на то, что данная социальная сеть используется как имиджевый инструмент, всего проекты посмотрели 16 582 раза, что по сравнению с некоторыми схожими компаниями является хорошим показателем. Например, один из проектов посмотрели почти 300 раз, и он получил 17 положительных оценок. Из недостатков хочется отметить нерегулярность размещения проектов на платформе, последний датируется июлем 2023 года, следовательно почти год компания не

публиковала проекты на Беханс, в то время могли смениться тренды и проекты могут выглядеть устаревшими, что отрицательно может сказаться на имидже компании.

Таким образом, анализ рекламных стратегий и кампаний в социальных сетях компании LINES Design Bureau выявил как явные преимущества, так и ряд общих недостатков. На платформе Дзен канал, когда-то созданный для продвижения, сегодня не активен: последние публикации датируются двухлетней давностью, что неизбежно ведёт к потере вовлеченности аудитории и ее интереса.

YouTube-канал студии продемонстрировал успешное выстраивание взаимодействия с контентом, где руководитель студии активно делится экспертными знаниями. Заголовки видео составлены таким образом, чтобы максимально заинтересовать и привлечь аудиторию, чем обеспечивается высокий уровень вовлеченности и поддерживается актуальность контента. Тем не менее, из минусов можно отметить периодические пропуски в ответах на комментарии подписчиков, что может привести к упущению потенциальных клиентов и неспособности полностью использовать возможности воронки продаж.

Telegram-канал, изначально не являющийся официальным каналом бренда и названный «Темный интерьер», в перспективе требует брендинга или релокации в более формальное пространство, учитывая статус бренда как работающего в премиум-сегменте. Несмотря на это, постепенное смещение тематик публикаций в более серьезное русло и ориентация на премиальные проекты должны поддерживать интерес существующей аудитории.

Аккаунт во Вконтакте показывает невысокую активность подписчиков и редкость публикаций, что ведёт к понижению общей эффективности этого канала в продвижении бренда. Это может сигнализировать о необходимости пересмотра стратегий распространения контента и большей активности вовлечения аудитории через интерактивные посты.

Профиль в Бехансе, хотя и выступает как имиджевый инструмент и позволяет поддерживать присутствие на профильной платформе для дизайнеров, также страдает от нерегулярности публикаций, что, в некоторой степени, компрометирует возможности по укреплению бренда среди профессионального сообщества.

В итоге, для устранения общих недостатков предлагается активизация периодической активности по всем каналам, увеличение регулярности публикаций и активное использование обратной связи с потребителями. Эти шаги помогут увеличить вовлеченность целевой аудитории и улучшить восприятие бренда на различных платформах.

Рассматривая тему перехода деятельности компании в другой ценовой сегмент, стоит понимать, что успешная смена имиджа бренда требует основательного анализа потребностей и предпочтений новой целевой

аудитории. Ребрендинг поможет подчеркнуть новую идентичность компании, обеспечивая ей соответствие высоким стандартам премиального сегмента. Этот процесс возможно реализовать, начиная с освежения логотипа, слогана, основной цветовой палитры, и заканчивая изменением подходов в коммуникациях с потребителями. В этом контексте, ребрендинг не только улучшил бы визуальное восприятие компании, но и соответствовал бы ожиданиям более требовательной аудитории.

Список литературы:

1. Youtube канал Linesdesign [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.youtube.com/@LINESDESIGN> (дата обращения: 23.04.2024).
2. Сайт компании Linesdesign [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://linesdesign.ru/> (дата обращения: 13.04.2024).
3. Telegram канал компании Linesdesign [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://t.me/s/lines_design (дата обращения: 26.04.2024).
4. Behance [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.behance.net/linesdesign> (дата обращения: 23.04.2024).
5. Страница в ВК компании Linesdesign [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://vk.com/linesdesign> (дата обращения: 26.04.2024).
6. Страница в Дзен компании Linesdesign [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://dzen.ru/linesdesign> (дата обращения: 19.04.2024).

ВЛИЯНИЕ «ЯПОНСКОЙ КУЛЬТУРЫ» НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ВЫБОР МОЛОДЕЖИ

П.С. Смирнова

Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики
polina-smirnova-1990@list.ru

Исследование посвящено восприятию молодежной аудиторией символики японской культуры и тому, как использование японской символики в оформлении товаров оказывает влияние на потребительский выбор молодежной аудитории.

Ключевые слова: символика японской культуры, массовая культура, потребительский выбор, молодежь как потребитель

The study is devoted to the youth audience's perception of the symbols of Japanese culture and how the use of Japanese symbols in product design influences the consumer choice of the youth audience.

Key words: symbols of Japanese culture, mass culture, consumer choice, youth as consumers

Массовая культура Японии широко популярна во всем мире. Комиксы и манга рассматриваются как инструмент популяризации японской культуры, который направлен преимущественно на молодежную аудиторию [2]. Символика массовой японской культуры используется для продвижения потребительских товаров, определяя выбор отдельных целевых групп. Исследовательский вопрос направлен на выявление, какие образы и символы массовой японской культуры оказывают влияние на потребительские предпочтения молодежи в условиях актуализации традиционных ценностей русской культуры. Особенной популярностью пользуются образы аниме-культуры [1; 3].

Объект исследования: рынок атрибутики, связанной с массовой японской культурой. Предмет исследования: отношение молодежи к рынку японской атрибутики. Цель исследования выяснить, как распространение массовой японской культуры отразилось на потребительском выборе молодежи.

Японская атрибутика в российских магазинах. Товары с символикой японской культуры широко представлены как в интернет-магазинах и на маркет-плейсах, так и на прилавках магазинов, и в отделах торговых центров. Один из наиболее ярких примеров: магазины канцелярских товаров (например, «Читай город»). Помимо товаров с аниме атрибутикой, таких как тетради, блокноты, ручки, обложки на паспорт и т.д., там также стала весьма популярна манга, которая представлена на первых полосах сайта (рис.1) и центральных стендах магазина. Это доказывает колоссальное повышение спроса на эти товары. Множество аниме товаров появилось также на маркет-плейсах, таких как OZON и Wildberries. Еще одна группа товаров, декорированная японской символикой, это одежду. Например, в магазине ТВОЕ, есть отдельный стенд с одеждой с японскими принтами и иероглифами.

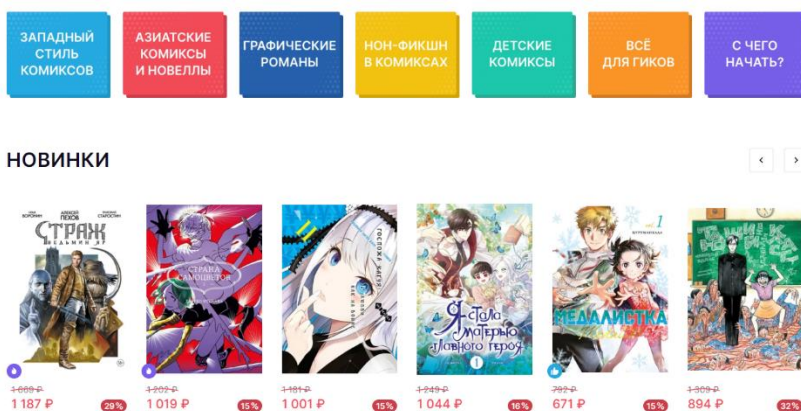


Рисунок 1 – Отдельная графа в магазине «Читай город»

Исследовательский инструмент: анкетирование. Выборка: целевая, доступная, опрошено 73 человека (студенты, молодежь 20-22 лет). 53,6% ответили, что проявляют интерес к символам массовой японской культуры (рисунок 2).

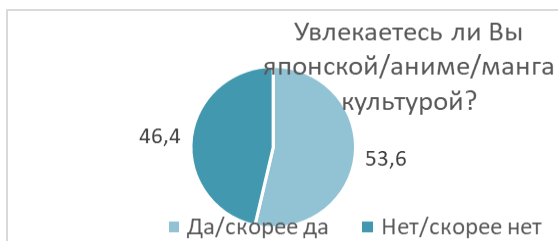


Рисунок 2 – Отношение к образам массовой японской культуры (%)

Однако, даже те, кто не увлекается, покупают продукцию, так или иначе с ней связанную (70% респондентов) (рис. 3). Это говорит о том, что даже не интересующихся людей привлекают образы, использованные на упаковках.



Рисунок 3 – Предпочтения потребителей при выборе товаров с символикой японской массовой культуры и без нее (%)

На вопрос «Какие товары с японскими обложками вы предпочитаете приобретать/хотели бы приобрести?» было получено много разных ответов (открытый вопрос). Самыми популярными вариантами названы книги и аксессуары (36% и 45%).

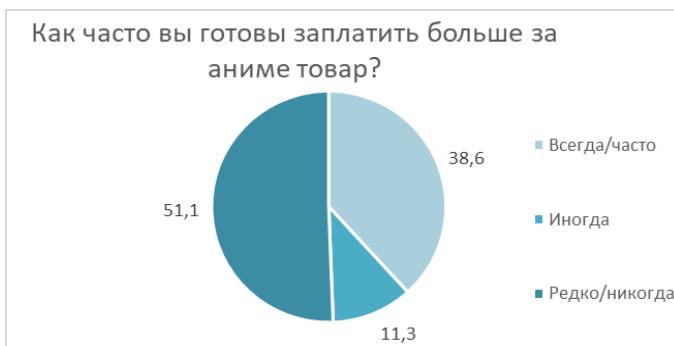


Рисунок 4 – Готовность переплачивать за оформление товара с символикой японской массовой культуры (%)

Более 50% участников опроса не переплатили бы за товар, только из-за того, что у него аниме обложка, однако при равных условиях цены и качества, 55% опрошенных отдали бы ей предпочтение. На вопрос «Какие аспекты аниме/японского оформления оказывают наибольшее влияние на ваш выбор?» самым популярным стал ответ «Дизайн и стиль».

Таким образом, японская культура стала своего рода трендом. Даже те люди, которые не проявляют к ней интереса, готовы приобрести продукцию с символикой массовой японской культуры. Это подтверждается тем, что при равных условиях с обычной упаковкой, больше половины опрошенных отдали бы предпочтение японской упаковке. На основе полученных данных, был сделан следующий вывод: молодежь отдает предпочтение книгам и аксессуарам и ценят в них дизайн и стиль.

Список литературы

1. Аниме согреет в холодную зиму. Почему японская культура популярна в России [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rg.ru/2022/12/06/anime-sogreet-v-holodnuuu-zimu-pochemu-iaponskaia-kultura-populiarna-v-rossii.html> (дата обращения 27.12.23).
2. Россия и страны АТР: миграционные процессы и проблемы межкультурной коммуникации. Азия в России / Ю. В. Бельская, И. А. Вальдман, Ю. И. Дин [и др.]. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет. – 2019. – 518 с.
3. Сторожева, С. П. Мультипликация как фактор формирования межкультурной компетентности / С. П. Сторожева, Н. Л. Микиденко // Идеи и идеалы. – 2017. – Т. 2, № 1(31). – С. 12-24. – DOI 10.17212/2075-0862-2017-1.2-12-24.
4. Микиденко, Н. Л. Визуальные презентации этнокультурного многообразия в мультипликации: аспекты исследования зрительского восприятия / Н. Л. Микиденко, С. П. Сторожева // Материалы VII международной

социологической Грушинской конференции «Навстречу будущему. Прогнозирование в социо-логических исследованиях», Москва, 15–16 марта 2017 года / Ответственный редактор А.В. Кулешова. – Москва: Всероссийский центр изучения общественного мнения. – 2017. – С. 1160-1165.

СОЗДАНИЕ ЛИЧНОГО БРЕНДА: ПУТЬ К УСПЕХУ

Х.Ш. Томаева

Сибирский государственный университет путей сообщения
tkhumay_001@mail.ru

Статья представляет глубокий анализ процесса формирования личного бренда: от изучения уникальных качеств личности до определения целей и ценностей, исследование ключевых шагов, необходимых для построения сильного и запоминающегося образа.

Ключевые слова: личный бренд, личность, образ, аудитория, индивидуальность

The article presents a deep analysis of the process of forming a personal brand: from studying the unique qualities of a person to defining goals and values, researching the key steps necessary to build a strong and memorable image.

Keywords: personal brand, personality, image, audience, individuality

В современном мире личный бренд является актуальным аспектом, потому что уровень конкуренции постоянно растет. Недостаточно быть просто компетентным специалистом в своей области, необходимо уметь выделиться и привлечь внимание своей целевой аудитории. Именно для этого и создается личный бренд. Личный бренд становится визитной карточкой.

Личный бренд это про уникальность человека и его экспертность. Самоподача – вот что важно. Личный бренд начинается с самой личности, его индивидуальности и к любви к своему делу. Личный бренд основан на имени, включает в себя сферу компетенции, ассоциации и позволяет достигать маркетинговых целей. По итогу можно сказать, что личный бренд - неповторимая комбинация качеств, ценностей, умений и опыта, которая отличает нас от других людей и делает нас узнаваемыми и запоминающимися в наших областях деятельности. Нужно запомнить, что бренд - то, что люди про тебя чувствуют и говорят. В создании личного бренда присутствует эффект студенческой зачетки – «Сначала вы работаете на личный бренд, а потом личный бренд на вас». Но нужно помнить, что построение личного бренда требует очень много сил, терпения, так как это долгий процесс. Личный бренд — это всегда стратегия. Все должно подчиняться одной идее.

Личный бренд начинается именно с вопросов:

- 1) Кто я такой?
- 2) Кем я не являюсь?
- 3) Сейчас меня знают как кого? А через несколько лет?
- 4) Чего я хочу добиться с помощью личного бренда?
- 5) Какие задачи я могу решить с помощью личного бренда?
- 6) Что должны представлять люди, когда слышать мое имя?
- 7) В каких вопросах я должен быть экспертом в глазах окружающих?
- 8) На чем ты хочешь зарабатывать?
- 9) Какие эмоции ты хочешь вызывать у людей?

Эти вопросы являются совокупностью эмоционального контекста, которые человек прописывает, чтобы понимать, как ему двигаться дальше. Так человек поставив себе эти вопросы, он определяет свою миссию то, ради чего вы это делаете.

Задача личного бренда - создать информационную ауру вокруг. Люди будут говорить то, что сама личность скажет им говорить. Очень важно задать направление, установить финальную точку «Б». Она является неким путеводителем, который будет вести к тому, чтобы создавать как можно больше информации вокруг. Должны быть созданы как можно больше точек касаний с аудиторией. Это могут быть СМИ, YouTube, все социальные сети в которых можно продвигаться.

Долгое время личный бренд понимался людьми как замаскированная личность, переделанный образ. Однако со временем это перестало быть актуальным, сейчас речь идет о искренности и аутентичности. Поэтому личные бренды появляются на основе индивидуальных качеств человека, даже если присутствуют профессиональные. И только тогда этот бренд будет живой и интересный. При создании личного бренда важно понять себя на глубоком уровне, полюбить и принять себя таким каким являешься. Иначе это будет фальшью, которую не любят и критикуют в обществе. Немаловажно не врать самому себе, не строить из себя другого человека, чтобы кому-то понравиться. Аудитория это сразу замечает, мало того ложь отталкивает, а завоевать доверие снова очень сложно. Личный бренд – это сам человек и никто другой. Аудитория в социальных сетях сейчас очень избирательная и чувствительная.

Существуют 2 основных принципа, которых нужно придерживаться, прежде чем строить личный бренд:

- 1) Умение быть максимально объективным к себе;
- 2) Высокая степень честности и доверия с самим собой.

Формула 8С является неоценимым инструментом при создании личного бренда. Эта формула состоит из восьми ключевых элементов, которые помогут вам разработать и укрепить собственный уникальный имидж.

- 1) consciousness – осознанность. Человек должен понимать с какой целью он развивает свой бренд и в чем его миссия. Он определяет свои ценности, свои убеждения и то, что хочет предложить своей целевой аудитории.
- 2) constancy – постоянство. Системное и регулярное появление в блоге. Не нужно пропадать.
- 3) consistency – последовательность. Следовать собственной спланированной стратегии и выбирать релевантную коммуникацию.
- 4) clarity – ясность. Внятное ключевое сообщение.
- 5) competence – экспертиза. Должна присутствовать экспертность в какой-либо нише.
- 6) compelling – убедительность. Перетекает из экспертности, умение в правильной и корректной тональности доносить свою экспертность для аудитории.
- 7) creativity – креативность. Оригинальность в построении личного бренда, нахождение подхода и умение зацепить к себе, иметь свою собственную изюминку.
- 8) courage – смелость. Готовность к негативу и хейту, умение не бояться чужого мнения.

Человек должен заниматься своим брендом сам, на то он и личный. Если делегировать обязанности по личному бренду, то человек не раскроется перед аудиторией. Когда он сам занимается развитием своего имиджа, он может выразить себя так, как сам это видит. Он спокойно, а главное корректно может подчеркнуть свои самые сильные стороны, передать свои ценности, свое мировоззрение, а также построить доверие с аудиторией. Никто не знает нас лучше, чем мы сами, и только мы можем достоверно передать свою уникальность. Не стоит забывать про возможность взаимодействия с целевой аудиторией. Когда человек общается со своей аудиторией, он видит, чего им не хватает и что они требуют, какие у них ожидания.

Личный бренд не имеет прямого отношения к продажам. Он помогает заработать, но это косвенный эффект. В первую очередь это история про влияние и социальный капитал. Достижения в продажах — это только одна из многих сфер, где может проявиться сила и влияние личного бренда.

Процесс создания и оформления личного бренда требует тщательного планирования и анализа. Оформление личного бренда – это не только набор элементов дизайна, логотипов и цветовой гаммы, это единое целое, отражающее личность и индивидуальность. Все начинается с имени, можно придумать псевдоним. Если в начале пути уже есть известный человек с таким же именем и фамилией или, например, имя и фамилия сложно произносимые, то нужно задуматься о том, чтобы придумать какой-то легкий псевдоним. Не стоит забывать о внешнем виде и фирменном стиле, но в соответствии со своим внутренним содержанием. Именно так нужно формировать свой имидж: если нет любви к спортивной одежде, не нужно

заставлять себя надевать ее, только потому что это модно. Это не отражает и не раскрывает человека, а лишь подстраивает его под других. Нужно показать себя настоящим. Именно этого ждет целевая аудитория.

Соцсети – неизбежная часть жизни, информационное пространство, объединяющее всех людей на планете. Если человек хочет, чтобы о нем говорили, ему действительно следует вести активно социальные сети. Продвижение без соцсетей невозможно. Все соцсети должны быть полностью заполнены. Аватар, обложка, описание, чем занимаетесь сейчас, ваши интересы, фотографии. Также многие эксперты делают первый пост, закрепляют его и в нем рассказывают, в чем они являются экспертами, чем они могут быть полезны. Этот пост создан для потенциальных клиентов и для тех людей, которые еще ничего не знают о вас, заходя на страничку, они сразу по этому посту понимают, чем вы занимаетесь. Важно, чтобы во всех соцсетях было одинаковые имя и аватар. На аватар необходимо устанавливать портретное фото, где четко видно ваше лицо и именно такое фото, как вы выглядите сейчас. Это нужно для того, чтобы образ запомнился людям, и чтобы аудитория легко находила вашу личность в ленте новостей или каких-то публикациях. Также рекомендуется следить за всем, что происходит в своей отрасли и быстро реагировать на инфоповоды. Так, аудитория поймет, что данный человек эксперт и следит за новинками. Помимо своей сферы нужно отслеживать все, что происходит в мире. Однако не стоит забывать о том, что аудитории интересны не только знания, но и личная жизнь. Личный бренд на то и личный, что должно быть проявление себя через фотографии, видео, посты, подкасты и др.

Одним из примеров успешного формирования личного бренда в России является Михаил Лабковский. Его бренд основан на непревзойденном профессионализме и глубоком понимании себя как писателя и автора. Человек, который сделал психологию популярной и донес ее до широких масс. Всплеск массового интереса к психологии в России возник именно благодаря Лабковскому, подтверждает Амина Назаралиева, врач-психотерапевт, соучредитель психологического центра Mental Health Center. Он четко осознает, что его работа не в том, чтобы просто написать книгу, а создать атмосферу, в которую читатель может погрузиться. Написанные строки, каждое слово, каждая глава оставляют след в сознании человека и помогают ему разобраться в своих мыслях. У Михаила Лабковского свой стиль письма, он достаточно прямолинеен со своими читателями. Его произведения отличаются простотой и одновременно глубиной выражения, проницанием в человеческую психологию. На страницах книг автора реальность и иллюзия переплетаются в единое целое. Лабковский — это не просто имя на обложке книги, это целая философия. Еще до того, как он стал известным он приглашался на передачу в качестве психолога, а сейчас его произведения завоевали признание читателей по всему миру. Один из всплесков популярности Лабковского пришелся на 2017 год и был связан с

публикацией книги «Хочу и буду. Принять себя, полюбить жизнь и стать счастливым». Его частная консультация в 2010 году стоила 18000 рублей. За 2018 год публичные консультации принесли ему порядка 90 млн рублей выручки. Сейчас личная 45-минутная консультация стоит около 120000 рублей и около 160 000 рублей за разговор по Skype. По словам Амины Назаралиевой: «Почему люди выбирают Лабковского? Наверное, доверяют его публичности.». Он успешно ведет свои социальные сети, проводит мастер-классы, снимает короткометражные и полноценные видеоролики. Его талант, яркая индивидуальность и уникальный стиль позволили ему создать свой неповторимый личный бренд.

Персональный бренд — это проект на протяжении всей жизни, который постоянно нужно развивать и совершенствовать.

Список литературы

1. Шевченко, Д. А. Бренд-менеджмент: теория и практика: Учебник / Д. А. Шевченко, Н. С. Полякова, Э. Г. Шарян; Под общей редакцией профессора Д.А.Шевченко. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Сам Полиграфист». – 2019. – 178 с.
2. Семенчук, В. 101 способ раскрутки личного бренда: Как сделать себе имя / В. Семенчук. — М.: Альпина Паблишер. – 2016. – 254 с.
3. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. - М.: Дашков и К. – 2016. – 324 с.

РОЛЬ ТОРГСИНОВ В ИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ СССР

Н.А. Скоров, С.А. Кулешов

Новосибирский государственный технический университет
skul56@mail.ru, komkop72@gmail.com

В статье анализируется «Торгсин» (Всесоюзное объединение по торговле с иностранцами), как один из инструментов по изъятию у населения СССР и иностранцев золота и валюты для индустриализации. Торгсины приобрели особенно важное значение в период голода 1932 - 1933 годов, когда валюта, полученная в них, равнялась почти трети выручки страны, полученной от экспорта хлеба, нефти, леса и другого сырья. В исследовании применялись следующие методы: сравнительно-исторический, идеографический, экспликация.

Ключевые слова: индустриализация, торгсин, валюта, золото, СССР

The article analyzes the "Torgsin" (All-Union Association for Trade with Foreigners) as one of the tools for the withdrawal of gold and currency from the population of the USSR and foreigners for industrialization. Torgsins became especially important during the famine of 1932-1933, when the currency received in them was equal to almost a third of the country's revenue received from the export of bread, oil, timber and other raw materials. The following methods were used in the study: comparative historical, ideographic, explication.

Keywords: industrialization, torgsin, currency, gold, USSR

К исследованию данной темы мы обратились с учётом её крайне низкого знания в современном обществе. Проведя экспресс-опрос среди студентов НГТУ, выяснилось, что среди опрошенных только 12% знает о Торгсине.

После Первой мировой войны сохранялась и усиливалась напряжённость между победителями и побеждёнными странами, что свидетельствовало о неотвратимости новой мировой войны. СССР в 30-е годы необходимо было в кратчайшие сроки провести модернизацию военно-промышленного комплекса. Требовалось создать современную индустриальную базу, но средств на реализацию у страны не было после двух войн: Первой мировой и гражданской. На XIV съезде ВКП(б) в 1925 г. был взят курс на индустриализацию. Необходимы были финансовые источники: золото и валюта на реализацию модернизации. От императорской России, большевикам перешло под контроль примерно 200 тонн золота из Нижегородского хранилища [1, с. 31], а в мае 1920 года советские резервы пополнились ещё на 320 – 330 тонн из Казанского хранилища [1, с. 37]. Для удержания и сохранения власти в 1918 году, большевикам пришлось 93

тонны из этих запасов отдать Германии по Брестскому договору. [1, с. 32]. По подсчётам профессора Сапоговской Л.В., практически весь золотой запас, унаследованный от царской России, был растрочен в 20-е годы [1, с.40-41]. Одним из источников золотодобычи являлись рудники, которые были разрушены после гражданской войны. Добыча не могла покрыть расходы на индустриализацию. Ещё одним из неблагоприятных факторов – это крах биржи в 1929, что негативно сказывалось на индустриализацию из-за недополученной прибыли. Таким образом, в сложной ситуации валютного банкротства рождались различные идеи по добыче валюты из различных сфер. Торгсин (Всесоюзное объединение по торговле с иностранцами) стал одним из источников поступлений валюты и золота для индустриализации.

Торгсин был создан Наркоматом торговли СССР 18 июля 1930 года. В момент создания он был лишь частью Мосгосторга, а 4 января 1931 получил звание всесоюзного объединения. Своё начало Торгсин берёт с портовой торговли. Так как у моряков не имелось опыта торговли с иностранными судами, то иностранные капитаны закупались расходными материалами заранее. Из-за чего прибыль была невелика. Первыми клиентами Торгсина были туристы и иностранцы на транзите, так как постоянных и долго пребывающих обслуживал Инснаб, что было ошибкой из-за противоречия в экономической целесообразности.

В первые годы поступление ценностей в Торгсин было невелико, например, в 1931г. составило лишь 6,9 млн. зол. руб. без вычета валютных расходов на импорт. Эти ценности получали от граждан СССР, когда в июне 1931г. разрешили покупать товары в Торгсине за царский золотой чекан или в счёт переводом из-за границы. По некоторым источникам, автор этой идеи Ефрем Курлянд. Эта идея послужила отличным источником золота, так как в 1932 г. поступило 49,3 млн. зол. руб. без вычета валютных расходов на импорт [2, с. 543].

Руководству Торгсина была поставлена задача: не дать иностранцам вывозить валюту за границу, так как приезжих из разных стран было много, особенно американцев из-за Великой депрессии.

Советское руководство стремилось сконцентрировать валюту в одной организации и решением стало разделение рубля на валютный и обычный. Валютным считались те, которые иностранцы обменивали без права обратного обмена. Неконвертируемость денег заставляло тратить все деньги на товары и предоставляя чек Госбанка из-за наличия чёрного рынка [2, с. 22].

«Золотым» годом для Торгсина стал 1933г. из-за нахлынувшего голода и быстрой развёртки Торгсинов по всей территории СССР. Граждане стали нести драгоценности и переводить иностранную валюту в обмен на продукты питания. Сумма переводов иностранной валюты составила 14 млн. зол. руб. [2, с. 534]. Поступления в 1933 г. составило 105,144 млн. зол. руб. [3, РГАЭ. Ф.1562. Оп. 329. Д.14. Л.31.], что составит 81,5 тонну в золотом тоннаже

чистого золота из расчёта скупочной цены 1 руб. 29 коп. за грамм чистоты [2, с. 543]. Если сконвертировать в доллары США с учётом 66,5 центов за грамм чистоты [2, с. 541], то получится 54,2 млн. долл. США. А в 1934 после поднятия курса 1,125 долл. США за грамм выйдет 57,5 млн. долл. США [2, с. 543]. После 1933 года поступление пошло на спад из-за решения проблемы с голодом и назначения местных партийцев управляющими конторой, так как партийный контроль в торговле был важен, а управляющие были бывшими торговцами, капиталистами и нэпманами. Для примера, в 1935 г. поступило 47,7 млн. зол. руб. [2, с. 543].

Политика Торгсина по продаже товаров в СССР была дороже, чем за границей и скупкой ценностями по заниженному курсу и продаже по повышенному за границей, что привело к наименьшим потерям. Эта политика демонстрирует как один из способов реализации средств на индустриализацию за счёт перепродажи, то есть построение социализма за счёт капиталистических способов. Также стоит выделить две проблемы. Первая проблема – это принятие ценностей. Так как Торгсин был предназначен на обслуживание, то сотрудники были не обучены ювелирным делам, что позволило процветанию обмана в Торгсине, расположенных в малых городах. Вторая проблема для власти СССР – низкий уровень реализации промтоваров. Основной причиной является неправильная политика цен Торгсина, политика цен не имела твёрдой системы и чётких методов построения цен [3, РГАЭ. Ф.1562. Оп.329. Д.14. Л.33].

К концу деятельности Торгсина в 1935 году его структура начала специализироваться на чем-то одном. Например, центр Москвы включал руководство, управленческие дела, товарно-отраслевые конторы. Периферийная сеть Торгсина состояла из порядка 40 областных, краевых и республиканских контор, которые использовали для товарных баз.

Итог работы Торгсина стало поступление 222,8 тонн чистого золота в эквиваленте в млн. зол. руб. 287,249 [2, с. 543] тыс. зол. руб. без вычета валютных расходов на импорт. Эти средства покрыли 1/5 затрат на промышленный импорт в период существования, а это существенный вклад в индустриализацию, за что его незаслуженно рассматривают поверхностно, так как это одно из явлений построения социализма методами капитализма. На средства Торгсина велась индустриализация, например, Горьковский автозавод получил 43,2 млн. руб., автозавод имени Сталина получил 27,9 млн. руб., а Сталинградский тракторный завод 35 млн. руб. [4, с. 312].

Список литературы:

1. Сапоговская Л. В. Золото в политике России (1917 – 1921 годы) // Вопросы истории. – 2004. - №1. С.31 – 47.
2. Осокина Е. А. Золото для индустриализации: «ТОРГСИН». – М: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН); Фонд Первого Президента России Б. Н. Ельцина. – 2009. – 592 с.

3. Российский Государственный Архив Экономики Ф.1562. Оп.329. Д.14. Л.29-36.
4. Осокина Е. А. Алхимия советской индустриализации. Время Торгсина. – М: Новое литературное обозрение. – 2019. – 344 с.

ВИЗИТ И.СТАЛИНА В ЗАПАДНУЮ СИБИРЬ В НАЧАЛЕ 1928 ГОДА И ЗАВЕРШЕНИЕ НЭПА В СССР

С.Д. Турчук, С.А. Кулешов
Новосибирский государственный технический университет
skul56@mail.ru, turchuk10@gmail.com

В статье анализируется рабочая поездка И.Сталина в Сибирь во второй половине января – начале февраля 1928 г., имевшая секретный характер, рассмотрены основные итоги пребывания вождя в Новосибирске. В работе исследуется вопрос выбора И.Сталиным региона Сибири, где окончательно решалась и обосновывалась идея необходимости завершения и ликвидации НЭПа в СССР. Исследуются проблемы срочности и строгой секретности командировки, а также проблемы, которые обсуждались во время встреч с руководителями регионов Сибири и Новосибирска.

Ключевые слова: Сталин, командировка, ликвидация НЭПа, начало коллективизации, хлебозаготовки, крестьяне, кулак, спекулянты, репрессии

The article analyzes the working trip of I. Stalin to Siberia in the second half of January-early February 1928, which had a secret character, and considers the main results of the leader's stay in Novosibirsk. The paper examines the issue of Stalin's choice of the region of Siberia, where the idea of the need to complete and liquidate the NEP in the US SR was finally solved and substantiated. The problems of urgency and strict secrecy of the business trip, as well as the problems that were discussed during meetings with the heads of the regions of Siberia and Novosibirsk, are investigated.

Key words: Stalin, business trip, liquidation of the NEP, beginning of collectivization, grain procurement, peasants, kulaks, speculators, repressions

С начала XX века Западная Сибирь являлась аграрным краем, поставляющим продовольствие в центральную Россию и ряд европейских стран. Исторически в Сибири не сложилась система крепостного права, а русское население ещё со времён похода Ермака и последующего освоения этого региона, в основном было представлено казачеством, обеспечивающим охрану административных границ этих регионов. Только в период аграрной реформы П.Столыпина началось массовое переселение крестьян из

европейской части России на Алтай и Западную Сибирь, что привело к существенному росту аграрного производства в этих регионах. Последствия гражданской войны и политики военного коммунизма вынудили советское руководство в марте 1921г. перейти к новой экономической политике, с элементами рыночной экономики особенно в аграрном секторе. Благодаря НЭПу в стране началось восстановление экономики, ликвидация голода и насыщение рынка товарами.

К сожалению, мы не располагаем полной достоверной информацией о мотивационном выборе Сталиным в январе 1928г. визита в Западную Сибирь, где в режиме секретности принималось окончательное решение о ликвидации НЭПа в СССР. В постсоветской России в основном новосибирские историки Демидов В.В., Иконникова И.П., Павлова И.В., Угроватов А.П., Шишкин В.И. обращались к данной проблеме, обосновывая взаимоисключающие точки зрения о командировке Сталина в Сибирь. Их доминирующими версиями на цели этой командировки вождя являлись:

- Сталину важно было понять и увидеть реакцию крестьян на чрезвычайные меры местной власти в политике хлебозаготовок;
- увидеть лично реакцию местных партийных и советских руководителей на его культбит (Сталина) в Сибири после закончившегося 19 декабря 1927 года XV съезда ВКП(б) осудившего радикализм Троцкого и его сторонников по форсированному наступлению на кулачество.

По мнению В.И. Шишкина в этой командировке по реакции региональной власти, Сталин понял, что его авторитет уже позволял принимать судьбоносные и радикальные для страны решения единолично [1, с. 44].

По нашему мнению, возможными причинами избрания Сталиным Западной Сибири в январе 1928 года в качестве апробирования методов будущей насильственной коллективизации можно считать:

во-первых, именно в Западной Сибири политика НЭПа в аграрном секторе реализовывалась наиболее успешно в сравнении с другими регионами страны и значительный рост зажиточного крестьянства с его устремлениями к расширению частной собственности противоречили фундаментальным основам коммунистической идеологии;

во-вторых, понимание удалённости Сибири от центра власти не могло не вызывать беспокойство советского руководства о возможной непокорности населения и роста в этом регионе кулаков и середняков, именно с этой целью в январе 1928 года в региональных газетах, особенно в краевой «Советской Сибири», началась активная пропаганда против зажиточных крестьян, которые по мнению Сталина были реальной угрозой большевистской власти [2].

в-третьих, Сталин и региональные власти взяли на вооружение предшествующий опыт комбедов: привлечения крестьян бедняков против зажиточных слоёв деревни для изъятия зерна для нужд государства.

Известно, что главным среди других направлений деятельности коммунистической партии всегда была идеологическая работа, а её проводниками печатные издания, насыщенные партийной пропагандой. Анализ главного издания Сибкрайкома ВКП(б) ежедневной газеты «Советская Сибирь» за декабрь 1927 и январь 1928 годов позволяет сделать выводы:

во-первых, главным лейтмотивом декабрьских номеров газеты было освещение материалов XV съезда ВКП(б), критика и разгром Троцкого и его сторонников за их планы радикального наступления на зажиточное крестьянство;

во-вторых, массированное наступление на кулака начинается на первых полосах газеты именно в период командировки Сталина в Западную Сибирь. В заголовках газеты во второй половине января 1928 г. преобладают такие установки: «Кройте кулака советскими законами» (27 января 1928 г.), «Советская власть никогда не обидит крестьянина – середняка. Вместе с бедняком, опираясь на бедноту, прижмём кулака» (31 января 1928 г.) [2, 3].

Как известно в конце 1927 года в СССР возник кризис в сборе хлеба из-за отказа крестьян продавать зерно по низким ценам. Это привело к дефициту хлеба в потребительских регионах. Власти приняли срочные меры для преодоления кризиса, отвергая повышение цен. ЦК ВКП(б) отправил директиву региональным комитетам партии, угрожая увольнениями. После окончательного разгрома на XV съезде партии, 17 января 1928 года Троцкий был выслан из Москвы, а Сталин приехал на секретном поезде в Западную Сибирь. Первым городом, который он посетил, был Новосибирск. По прибытии его встретили глава исполнительного комитета Сибкрайкома Р. И. Эйхе и первый секретарь Сибирского краевого комитета ВКП(б) С. И. Сырцов, которые поддерживали «умеренных» коммунистов в партийных рядах.

Для Новосибирска каждое посещение высокопоставленных гостей имело огромную важность. Прилагались все усилия для подготовки к их приездам, устраивались торжественные встречи и многотысячные митинги. Сталин провел целых четыре дня в нашем городе, однако ни одна газета не осветила это событие. Не было ни пышных встреч, ни приветствий, ни митингов. О посещениях знали лишь лица из элиты краевого совета и партийного руководства.

Вскоре после прибытия Сталина на железнодорожную станцию Новосибирска, было решено отправиться на заседание бюро Сибирского краевого комитета ВКП(б). На эту важную встречу были приглашены около 40 человек, включая самого Сталина, Эйхе, Сырцова и более 30 высокопоставленных партийных, советских и кооперативных руководителей. Сталин прибыл в здание Сибирского краевого исполнительного комитета и Сибирского краевого комитета, расположенного на Красном проспекте, 5. В настоящее время это здание известно, как Новосибирский государственный

художественный музей. Оно было построено в 1925-1926 годах по проекту архитектора А. Д. Крячкова. Так началось заседание на Красном проспекте, 5. О содержании его обсуждений мы до сих пор не имеем информации, так как доступ к ним ограничен. Протокол заседания хранится в Партийном архиве Новосибирской области и имеет гриф «Строго секретно». У нас есть только несколько фрагментов информации о его содержании [4].

На заседании бюро Сибкрайкома ВКП(б) Сталин и представители различных организаций обсуждали вопросы хлебозаготовок. Они постановили обеспечить выполнение плана заготовок в 60 млн пудов и детализировать план по округам и районам. Также было принято решение об обеспечении бесперебойной отгрузки хлеба и о взыскании недоимок по сельхозналогу. Для борьбы с халатностью и разгильдяйством на транспорте было предложено проводить циркуляры и проводить мероприятия по поднятию трудовой дисциплины. Меры против кулаков-спекулянтов также были обсуждены. Опубликование извещений о статьях 107 и 105 было поручено краевой прокуратуре. Было решено также шире осветить вопросы, связанные с хлебозаготовками, и усилить борьбу с самогоном. Все решения были приняты в тайне. Введены жесткие меры по отношению к кулачеству, усилен административный контроль. Поставлен план по округам и районам на каждую пятнадцатидневку. Начинаются аресты тех, кто удерживает хлеб.

19 января Сталин отправил две шифрованные телеграммы из Новосибирска в Москву. Одна была адресована Косиору, вторая — Молотову и Косиору. Сталин выразил недовольство отставанием в заготовках в Сибири и предложил провести репрессии и улучшить руководство [5, с. 201]. Местное партийное руководство старается справиться с ситуацией. Председатель сибирского банка Загуменный выразил свое несогласие с применением 107-й статьи к кулакам и считал, что такие меры приведут к обратным результатам. [1, с. 43]. Сталин прочитал и сделал пометки на письме Загуменного, одна из которых была «ха-ха». 20 января генеральный секретарь выступил на закрытом бюро Сибкрайкома ВКП(б). Он критиковал письмо председателя правления Сибкрайсельбанка, объясняя, что нарушение приличий принесет больше пользы. Сталин продолжал отстаивать необходимость репрессий против кулаков. Между тем, люди испугались и боялись возможных последствий. Сталин также говорил о необходимости создания колхозов и совхозов. В последующая поездка на Алтай, Сталин отработывал систему чрезвычайных мер, получившую позже название «урало-сибирского метода» [6, с. 10.]. Он вернулся в Москву только через три недели. Материалы его выступлений в Сибири были опубликованы только через 21 год.

После командировки вождя в Сибирь, началась серия показательных арестов и конфискации имущества у тех, кто не соглашался отдавать свои запасы зерна. За три месяца 1928 года, тысячи крестьян в Сибирском крае были привлечены к суду. У них конфисковали 700 тысяч пудов хлеба, 78

мельниц и 68 зернохранилищ. Годовой план по сбору хлеба был выполнен на 96%, однако, использование жестких мер привело к социальным конфликтам и неуверенности среди крестьянства. В 1929 году началась насильственная коллективизация, которая сопровождалась террором. Сибирская командировка важно отразилась на самом Сталине. Он понял, что его руководство и власти в партии уже не могут быть оспариваемыми.

Таким образом, визит Сталина в начале 1928 года в города Западной Сибири стал поворотным рубежом на пути завершения в СССР НЭПа, массированного ликвидационного наступления на кулачество и усиления авторитарного стиля в работе вождя.

Список литературы:

1. Шишкин В.И. Командировка И.В. Сталина в Сибирь 15 января – 6 февраля 1928 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://zaimka.ru/shishkin-stalin/> (дата обращения 11.04.2024).
2. Советская Сибирь. 31 января 1928. №26 (2467) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://elib.ngonb.ru/jspui/handle/NGONB/19662> (дата обращения: 11.04.2024).
3. Советская Сибирь. 27 января 1928. №23 (2464) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.prlib.ru/item/448288> (дата обращения: 11.04.2024).
4. Экспедиция в Сибирь. aizen_tt — ЖЖ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://aizen-tt.livejournal.com/17630.html> (дата обращения 11.04.2024).
5. Известия ЦК КПСС. М. – 1991. – № 5. – С. 201 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://archive.org/details/B-001-036-097-ALL/page/200/mode/2up> (дата обращения 11.04.2024).
6. Ильиных В.А. Хроники хлебного фронта. Заготовительные кампании конца 1920-х гг. в Сибири [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://vk.com/doc-18181383_437092223 (дата обращения 11.04.2024).

РАЗВИТИЕ ХЛЕБНОЙ ТОРГОВЛИ В КОНЦЕ XIX ВЕКА В РОССИИ

А.Д. Мылова, О.В. Крутеева

Сибирский государственный университет геосистем и технологий
frans_pays@mail.ru

В работе изучено общее состояние системы государственного регулирования хлебной торговли во второй половине XIX в., в том числе влияние императорского вольного экономического общества на развитие сельского хозяйства. Результаты хлебных экспедиций в Волго-Вятский и Центральный районы показали значительную нехватку зерновых запасов для удовлетворения текущих потребностей населения. Отсутствие запасов

зерна для оказания продовольственной помощи к началу 90-х гг., а также общий рост цен на зерно стали ключевыми предпосылками неудавшейся зерновой компании. Исследование результатов хлебных экспедиций, организованных совместно императорским вольным экономическим обществом и русским географическим обществом, позволит сформировать комплексное представление об экономической ситуации в зерновой торговле в рассматриваемый период.

Ключевые слова: хлебные экспедиции, императорское вольное экономическое общество

The paper examines the general state of the system of state regulation of grain trade in the second half of the XIX century, including the influence of the imperial free economic society on the development of agriculture. The results of grain expeditions to the Volga-Vyatka and Central regions showed a significant shortage of grain reserves to meet the current needs of the population. The lack of grain reserves to provide food aid by the early 90s, as well as the general increase in grain prices, became the key prerequisites for a failed grain company. The study of the results of grain expeditions organized jointly by the Imperial Free Economic Society and the Russian Geographical Society will allow us to form a comprehensive picture of the economic situation in the grain trade during the period under review.

Keywords: grain expeditions, Imperial free Economic Society

Изучение хлебной торговли на рубеже XIX-XX вв. необходимо для полного понимания экономической ситуации в стране на тот момент. Повышенный интерес к рассматриваемой проблеме был обусловлен рядом причин:

- во-первых, Российская империя являлась преимущественно аграрной страной, что в свою очередь влияло на формирование внешней и внутренней торговой политики государства;

- во-вторых, хлеб был основным компонентом питания для большинства населения страны, за счет чего внутренняя потребность в зерне превышала объем экспорта в десятки раз;

- в-третьих, усиление аграрного комплекса страны за счет роста производительности труда могло обеспечить ведущие позиции на мировом рынке.

Особую роль в развитии сельского хозяйства играло императорское вольное экономическое общество. В его состав на протяжении всей истории входили высшие государственные чины, в том числе члены царской семьи.

Актуальность выбранной темы исследования заключается в изучении становления системы снабжения продовольствием населения во времена неурожая и голода, в обосновании предпосылок формирования государственной политики в отношении сельского хозяйства.

Для достижения поставленной цели, были решены следующие задачи:

- провести анализ сложившейся экономической ситуации в хлебной торговле на рубеже XIX-XX вв.;
- систематизировать информацию о результатах хлебных экспедиций в центральных районах Российской империи.

Объектом исследования является результаты хлебных экспедиций И.Ф. Борковского и В.И. Чаславского. Предметом исследования – политика вольного экономического общества в отношении сельского хозяйства.

Вопросы, связанные с организацией хлеботорговли в конце XIX вв. были предметом ожесточенного дискурса. Это было вызвано не только длительным периодом неурожая, что стало причиной голода во многих уездах империи в 90-е годы, но отсутствием соответствующих правил, регламентирующих подобную деятельность. Биржевой торговле на тот период способствовало усиление железнодорожного строительства, а также множественные спекулятивные операции ценными бумагами.

Если рассматривать конец 60-х годов, то мы увидим начало экономического спада, связанного с мировым экономическим кризисом, что в конечном счете отразилось на ценах на хлеб (рис. 1) [1].

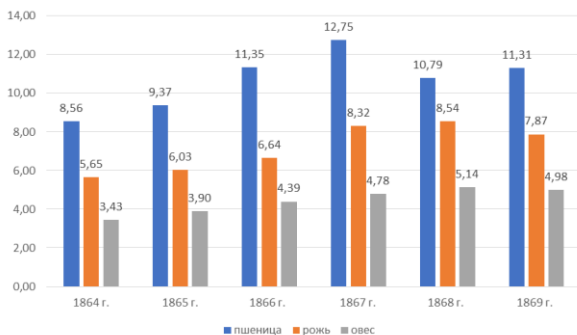


Рисунок 1 - Динамика средних цен на хлеб на Петербургской бирже в 60-е гг. XIX века, руб.

В течении семи лет цены на хлеб росли достаточно равномерно. Рост цен на пшеницу в 1869 г. по отношению к 1864 г. составил 32,15%, на рожь – 39,35%, на овес – 45,25% (табл. 1) [2].

Таблица 1 – Расчет цепных темпов роста цен на хлеб в 1860-е гг.

Период	темп роста, %		
	пшеница	рожь	овес
1864	-	-	-
1865	109,45	106,722	113,739
1866	121,13	110,192	112,555
1867	112,35	112,555	108,846
1868	84,64	102,697	107,469
1869	104,82	92,155	96,997

К 1890 году действовало несколько крупных бирж, контролирующих оборот зерна: Рижская, Либавская и Ревельская.

Общая ситуация в сельском хозяйстве оценивалась современниками удовлетворительно почти во всех регионах Российской империи, кроме Прибалтийского края. Например, более двух миллионов гектар официально числилось занятыми под садоводство, не считая царства Польского и Финляндии.

Значительная роль земледелия в укреплении экономики страны в середине XIX века подтверждается статистическими данными. Так в период с 1843 года по 1847 экспорт зерна возрос почти в 6 раз (табл.2) [2].

Таблица 2 – Вывоз хлеба за границу в Российской империи с 1843 по 1847 гг., пуд.

Года	Объем	Изменение	
		абсолютное	относительное
1843	12 514	-	-
1844	15 958	+3 444	127,5
1845	16 193	+235	101,5
1846	28 517	+12 324	176,1
1847	70 772	+42 255	248,2

Колебания цен на хлеб зависели от принятой трехпольной системы обработки почвы. Это приводило к частым неурожаем, и повсеместно к ухудшению качества земель по всей стране. «Европейские государства постоянно нуждались в привозе иностранного хлеба, и по завоевании Россией портов на Черном море, отечество сделалось кормилицей почти всей Европы в возрастающей год от году пропорции, в особенности с 1816 года» [3].

Распространению торговли фруктами с Крымского полуострова способствовало заимствование иностранного опыта сушки и приготовлению (выращиванию) фруктов. В 1847 году для этих целей был послан за границу чиновник департамент сельского хозяйства.

Торговля продуктами садоводства и цветочными растениями на тот момент территориально ограничивалась губерниями С.-Петербургской и Московской.

В соответствии с принятым способом производства внешний и внутренний оборот зерна сопровождался рядом проблем: высокая сорность зерновых культур, поставляемых на рынок; высокий процент порчи сырья во время перевозки по воде; низкий уровень качества переработанного зерна.

Необходимость «очистки хлеба и просушки его в зернах» в портах, на пристанях, в ближайших к центрам производства хлебных рынках или непосредственно у самих землевладельцев на местах была вызвана высокими транспортными расходами и желанием конкурировать с иностранными производителями.

Состояние рынка хлеботорговли определяется учреждением частных и общественных складов в портах, пристанях и на рынках оптовой закупки. Внедренная система варрантов обеспечивала банковский учет выданных ссуд под залог хранимого зерна, что давало возможность повысить качества сырья за счет будущей его покупки «с разбором».

Представляет значительный интерес перечень мероприятий по устройству промышленных заведений для хорошей просушки, очистки и сортировки хлеба. Это оказание «нравственного поощрения» тем лицам, кто будет содержать склады, соответствующие «местным торговым условиям, количеству и качеству хлеба», выделение премиальных за технические усовершенствования, и учреждении должности «браковщик хлеба» в портах; назначение конкурсов для производителей тары и непосредственно производителей зерна [4]. Пометка «помещение в кондициях на поставку провианта, что представивший наибольшую партию провианта в мешках, получит медаль от Императорского ВЭО» и привлечение для этих целей военного и морского министерства свидетельствует о первых попытках организации премирования за высокие качественные результаты.

Развитию мукомольной промышленности препятствовало малое количество мельниц, более того все имеющиеся представляли собой ветряные и не были способны производить муку в достаточных количествах. В некоторых источниках приводятся данные, что на конец 1865 года потери от выпуска хлеба в зерне составляют от 15 до 25 % [5].

По результатам изучения материалов экспедиций, организованных императорским вольным экономическим обществом, можно сделать следующие выводы:

- после проведения крестьянской реформы произошло сокращение пахотных земель («помещичьих запашек»), за счет чего почти вдвое снизилось внутреннее потребление хлеба почти во всех центральных районах;

- во-вторых, развитие транспортных путей во многом способствовало внешним связям, не смотря на сугубо рыночный механизм контроля торговых отношений.

Дальнейшим направлением развития может стать комплексный анализ ситуации на хлебном рынке с учетом данных по Западной Сибири.

Список литературы

1. Матвиевский Н.П. О выставке сельских произведений, учрежденной Императорским Вольным экономическим обществом в Санкт-Петербурге: с рисунками замечательнейших орудий и машин. – 1850. – 142 с.
2. Арсеньев, И.А. Выставка Императорского Вольного экономического общества 1860 года / Ти. Н.Греча, - Санкт-Петербург. – 1860. – 31 с.
3. Бекетов А.Н. Исторический очерк двадцатилетней деятельности ИВЭО с 1865 до 1890 года / С-Петербург, тип В. Демакова. – 1890. – 200 с.
4. Из истории Императорского Вольного Экономического общества: (копии документов 1894-1906).
5. Исследование хлебной торговли в Верхне-Волжском бассейне / И. Борковский (действительный член императорского русского географического общества) // Труды экспедиции, снаряженной императорскими вольным экономическим и русским географическим обществами для исследования хлебной торговли и производительности в России. Т.2. Вып. 4. – С.-Петербург. – 1872. – 144 с.

ИСТОРИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ КАК ФАКТОР, СПОСОБСТВУЮЩИЙ РАЗВИТИЮ ГРАЖДАНСТВЕННОСТИ И ПОЛИТИЧЕСКОЙ ГРАМОТНОСТИ

М.Д. Козлова

Новосибирский государственный университет
экономики и управления «НИНХ»

Историческое образование играет важную роль в формировании гражданской ответственности и политической грамотности у людей. Изучение истории помогает понять контекст, в котором развивались современные политические и общественные институты. Это дает возможность лучше осознать причины и последствия тех или иных решений, а также оценить их влияние на ход событий. В ряде таких стран, как Франция, Германия и США историческое образование играет важную роль в формировании гражданской позиции и политической культуры, что демонстрирует как историческое образование может быть инструментом формирования

гражданской идентичности, патриотизма, уважения к демократическим ценностям и толерантности в разных странах мира.

Ключевые слова: историческое образование, политическая грамотность, гражданственность, Германия, США, Франция

History education plays an important role in developing citizenship and political literacy among people. The study of history helps to understand the context in which modern political and social institutions developed. This makes it possible to better understand the causes and consequences of certain decisions, as well as assess their impact on the course of events. In a number of countries such as French, Germany and the USA, historical education plays an important role in the formation of citizenship and political culture, which demonstrates how historical education can be a tool for the formation of civic identity, patriotism, respect for democratic values and tolerance in different countries peace.

Keywords: history education, political literacy, citizenship, Germany, USA, French

Историческое образование играет ключевую роль в формировании гражданственности и политической грамотности [5]. Изучение истории помогает людям осознать свою роль в обществе, развить культуру гражданской ответственности и активного участия. Оно способствует развитию эмпатии, понимания разнообразия культур и мировоззрений, что важно для конструктивного диалога. Знание истории политических систем помогает понимать современные политические процессы, развивает критическое мышление и способность анализировать действия власти. История учит ценности свободы, равенства и уважения прав человека, способствуя поддержанию демократических ценностей и борьбе за их сохранение в обществе [2].

На сегодняшний день проведен анализ реформ исторического образования в этих странах после определенных исторических событий - окончания Второй мировой войны в Германии, Гражданской войны в США, Французской революции. Выявлены общие тенденции и особенности в каждой стране. Определены ключевые компоненты: критический анализ прошлого, акцент на изучении таких тем как Холокост, гражданская война, борьба за свободы и права человека и др.

Необходимость преодоления наследия трагического исторического прошлого и формирования толерантного, демократического общества является одна из самых насущных проблем в сфере историческое образование как фактора, способствующий развитию гражданственности и политической грамотности. Это можно привести в пример Германию.

Безусловно, историческое образование в Германии после Второй мировой войны заслуживает более детального рассмотрения, так как представляет очень показательный пример того, как осмысление трагического прошлого

может способствовать формированию гражданской ответственности и политической культуры общества [1].

После 1945 года была проведена масштабная денацификация системы образования и культуры, избавление от нацистской идеологии. Под запретом оказались учебники и материалы, пропагандирующие расизм, антисемитизм, националистические идеи.

При этом было принято решение не замалчивать события нацистского периода, а всесторонне их изучать, чтобы извлечь уроки. Тема Холокоста, преследований, военных преступлений стала обязательной частью школьной программы.

Большое внимание уделяется также формированию у учащихся критического мышления при изучении истории. Анализируются механизмы пропаганды, методы манипулирования сознанием, которые использовал нацистский режим. Ученики учатся распознавать ложь, предвзятость, выявлять скрытые мотивы.

Рассматривается история антинацистского Сопротивления внутри Германии. Изучаются примеры гражданского мужества тех, кто боролся с режимом, рискуя жизнью. Это показывает личную ответственность каждого гражданина перед обществом.

Памяти жертв Холокоста и других преступлений нацистов отводится важнейшая роль. Организуются посещения мемориальных комплексов и музеев, встречи с оставшимися в живых узниками концлагерей. Это воспитывает сопереживание, неприятие ксенофобии и нетерпимости.

Таким системным подходом немецкое историческое образование сыграло ключевую роль в преодолении наследия прошлого, воспитании демократически мыслящих, политически грамотных граждан с активной гражданской позицией.

Помимо этого, вытекает также и проблемы потребности в воспитании критически мыслящих, политически грамотных граждан с активной гражданской позицией, а также важность укрепления национальной идентичности и приверженности ценностям своей страны через изучение истории. Под эту категорию подходят система исторического образования в США и Франции.

США имеют богатый опыт использования исторического образования как средства формирования политической грамотности и гражданской ответственности у молодежи [4].

Очень большое внимание уделяется изучению Гражданской войны 1861-1865 гг. Учащиеся знакомятся с причинами конфликта между Севером и Югом, проблемой рабства, борьбой за права человека и гражданские свободы. Анализируются дебаты о праве штатов на самоопределение и централизованной власти. Рассматривается роль выдающихся личностей - Авраама Линкольна, Улисса Гранта и др.

Также изучается история борьбы за независимость США, возникновение конституции и системы сдержек и противовесов. Ученики осмысливают базовые ценности американского общества - свободу слова, равные права, верховенство закона.

Во Франции же акцент делается на Французской революции 1789 г. Этот судьбоносный период подробно изучается в контексте борьбы за свободу, демократию и права человека [3]. Анализируются идеи Просвещения, события, личности революционеров - Робеспьера, Дантона и др. Большое внимание уделяется Декларации прав человека и гражданина.

Прослеживается эволюция от монархии к республиканскому строю. Осмыслиются базовые республиканские ценности Франции - свобода, равенство, братство. Анализируются смыслы национальных символов - флага, марсельезы и т.д.

Таким образом, историческое образование в США и Франции является действенным инструментом политической социализации, приобщения к национальным ценностям, критическому анализу и гражданской ответственности.

Сравнивая роль исторического образования в развитии гражданственности и политической грамотности в Германии, США и Франции, можно выделить такой аспект, как отношение к трагическому прошлому. В Германии акцент ставится на критическом осмыслении нацистского периода, Холокоста, развитии культуры памяти и неприятия ксенофобии. Во Франции и США фокусируются на позитивных страницах истории, борьбе за свободу и права человека.

В это же время для Франции и США характерен акцент на воспитание патриотизма, гордости национальными символами и традициями через изучение истории. В Германии национальная идентичность формируется в большей степени через приобщение к общеевропейским демократическим ценностям.

Также во Франции и США больший упор делается на разъяснение конституционных основ, принципов республики, демократии и гражданских прав, роли Декларации прав человека, Конституции и Билля о правах. Страны активно используют уроки истории для воспитания патриотизма, любви к традициям и национальной символике, когда в Германии патриотизм строится в большей степени на общеевропейской идее.

Но помимо различий существуют также и общие черты системы исторического образования. К примеру, во всех трех странах большое внимание уделяется развитию критического анализа исторических событий, выработке плюрализма мнений. Особенно ярко это выражено в немецкой системе образования.

Вдобавок, все три страны активно используют интерактивные методы, работу с первоисточниками, исторические дебаты, проектную деятельность. Однако в Германии наиболее развиты педагогические новации.

Таким образом, несмотря на общие задачи исторического образования, каждая страна имеет свою специфику, обусловленную историческим опытом и традициями формирования гражданского общества.

Опыт данных стран демонстрирует важную роль исторического образования как фактора развития политической культуры общества и может быть использован для дальнейшего совершенствования этой сферы.

Список литературы

1. Бюльтман Д. Роль школьного исторического образования в формировании политической культуры в Германии // Преподавание истории в школе. – 2018. – №7. – 16 с.
2. Вяземский Е.Е., Стрелова О.Ю. Историческое образование как фактор формирования национальной идентичности // Вопросы образования. – 2019. – №1. – 23 с.
3. Полякова Н.В. Развитие гражданского образования в современной Франции // Отечественная и зарубежная педагогика. – 2017. – №2(37). – 18 с.
4. Стецкевич М.С. Гражданское образование и политическая социализация молодежи в США // США и Канада: экономика, политика, культура. – 2021. – №8. – 19 с.
5. Стрелова О.Ю. Роль исторического образования в гражданском воспитании молодежи // Преподавание истории в школе. – 2015. – №3. – 11 с.

**ПЕРЕВОД, МЕЖКУЛЬТУРНАЯ
КОММУНИКАЦИЯ
И МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ**

СЕКЦИЯ

**РОЛЬ МЕТАФОРЫ В КОНСТРУИРОВАНИИ МЕДИАОБРАЗА РОССИИ
В СОВРЕМЕННЫХ БРИТАНСКИХ СМИ**

С.Е. Громов, И.О. Онал

Новосибирский военный ордена Жукова институт имени генерала армии
И.К. Яковлева войск национальной гвардии РФ
inna762006@gmail.com

В статье рассматриваются метафоры, формирующие образ России в британском медийном дискурсе. Выделяются основные тематические компоненты метафорического медиаобраза России. Показано, что благодаря персуазивным, суггестивным и оценочным свойствам метафоры, ее использование британскими журналистами для описания различных процессов, происходящих во внутренней и внешней политике России, а также деятельности России на международной политической арене обладает сильным манипулятивным потенциалом. Работа выполнена на материале электронных версий популярных британских изданий The Economist, The Guardian и The Sun.

Ключевые слова: образ, медиаобраз, Россия, образ России, британский медиадискурс

The article deals with metaphors that form the image of Russia in the British media discourse. The main thematic components of the metaphorical media image of Russia are highlighted. It is shown that due to the persuasive, suggestive and evaluative properties of metaphor, its use by British journalists to describe various processes taking place in the domestic politics of Russia, as well as its activities in the international political arena has a strong manipulative potential. The research is based on the electronic versions of popular British publications The Economist, The Guardian and The Sun.

Keywords: image, media image, Russia, image of Russia, British media discourse

Средства массовой информации оказывают значительное воздействие на восприятие человеком окружающей действительности и формирование оценки различных ее аспектов. Медиа формируют мировоззрение современного общества, поскольку многие объекты реальности человек познает через призму средств массовой коммуникации. Тексты СМИ создают

медийную картину мира, которая, в свою очередь, складывается из большого количества более мелких фрагментов – медиаобразов.

Цель данного исследования – выявление основных признаков образа России в современном британском медиадискурсе, формируемого с помощью метафоры.

Согласно Малышевой и Гридневу, медиаобраз — это «относительно устойчивая, непрерывно развивающаяся виртуальная модель того или иного объекта/явления действительности, конструируемая СМИ, которая как отражает, так и рефреймирует и/или формирует знания и представления адресата» [1, с. 136]. Исследователи выделяют две составляющие медиаобраза: количественную и качественную. Количественная составляющая связана с частотой упоминания страны, ее местом в потоке сообщений; качественная составляющая определяется насыщенностью информационного потока, тематикой сообщений, их тональностью, очередностью подачи информации и др. [2]. Тональность сообщения может быть нейтральной, негативной или позитивной [1, с. 137]. В конструировании медиаобраза принимают участие различные языковые средства; при этом одним из важнейших средств моделирования представления об определенных объектах и явлениях, а также создания определенного отношения к ним выступает метафора.

Исследователями неоднократно отмечалась способность метафоры сформировать у реципиента определенное отношение к объектам и явлениям действительности. Как утверждает Р.И. Зарипов, «персуазивный потенциал метафорического воздействия реализуется в постоянном повторении в разных источниках готового образно-эмоционального выражения, нередко в формате «X — это Y», что вызывает у реципиента такое привыкание, что сообщаемые сведения уже не нуждаются в доказательстве» [3, с.76]. Также метафора может оказывать суггестивное воздействие, предполагающее, что манипулятивный смысл метафоры необходимо расшифровывать. Согласно М.Р. Желтухиной, суггестивность – это процесс воздействия на психику адресата, на его чувства, волю и разум, т.е. процесс, связанный со снижением аналитичности и критичности при восприятии информации [4, с. 94].

Далее перейдем непосредственно к анализу метафорического образа России в британском медийном дискурсе. Опираясь на приведенное выше определение, под медиаобразом России мы понимаем фрагмент медийной картины мира, отражающий представления авторов медиатекстов о данном государстве в целом или об отдельных его аспектах. Соответственно, метафорическим образом России является та часть медиаобраза, которая моделируется посредством метафоры. Предварительный обзор публикаций британских СМИ о России показывает, что большинство из них характеризуется негативной тональностью, что связано с текущей политической ситуацией, и, в первую очередь, событиями, происходящими на Украине.

Анализ языкового материала позволил выделить два основных тематических компонента образа России в британском медиадискурсе, формируемых с помощью метафоры: внешнеполитическая деятельность России и экономическая ситуация в России.

1. Внешнеполитическая деятельность России

В британских СМИ широко используется метафорическая модель «Россия – это империя», целью которой является «заставить Украину вернуться»:

(1) *For this is now Putin's brutal, vengeful objective: if he can't force Ukraine back into the Russian empire, he will try to ruin it* (The Guardian).

Более того, высказываются «опасения», что Россия на этом не остановится, т.к. желает создать «новую империю»:

(2) *Putin's desire for a new Russian empire won't stop with Ukraine* (The Guardian).

Данная метафорическая модель поддерживается представлением российского президента как монарха:

(3) *Russia's modern-day tsar is sworn in for fifth term* (BBC).

Регулярное повторение данного образа в различных источниках реализует персуазивный потенциал метафоры, формируя у читателя стереотипное представление о России как о государстве, позиционирующем себя как империю и стремящемся подчинить себе другие государства.

В следующих фрагментах реализуется не только персуазивный, но и суггестивный потенциал религиозно-мистической метафоры, уподобляющей отношения с Россией взаимодействию с нечистыми силами, поскольку она может вызвать у читателей различные ассоциации в зависимости от индивидуальных представлений о том, что такое «дьявол» и какими качествами он обладает:

(4) *Devil's gambit: Russia will sink Britain if NATO intervenes in Ukraine* (The Sun);

(5) *This formed Europe's long-lasting affair with Russia. In this relationship, Europe took Goethe's Faust literally by testing the idea that one can make a deal with the devil* (The Guardian).

Однако, прежде всего, метафоры в данных предложениях создают определенный эмоциональный фон, на котором реализуется негативная установка, выгодная авторам текстов. Отметим, что данные примеры также содержат метафоры со сферами-источниками «романтические отношения» (*long-lasting affair*), «игра» (*gambit*), «торговля» (*make a deal*), которые добавляют образности и усиливают эмоциональное воздействие на реципиентов.

Персуазивное и суггестивное воздействие проявляется и при анализе других метафорических моделей, конструирующих образ России в британских периодических изданиях.

Метафорическая модель «Россия – преступник» актуализируется в следующих примерах:

(6) *Russia's successful use of nuclear blackmail in Ukraine will transform attitudes toward nuclear weapons* (Atlantic Council).

Утверждения, что Россия «применяет ядерный шантаж» (*nuclear blackmail*) или «бряцает ядерной саблей» (*rattles the nuclear saber*) содержат манипулятивный посыл о незаконности действий, предпринимаемых Россией.

2. Экономическая ситуация в России

При описании состояния российской экономики в исследуемом материале создается неоднозначный образ России.

Утверждения британских журналистов, что Россия находится на краю гибели из-за воздействия западных санкций, нередко содержат морбиальную метафору («санкции душат Россию», «санкции сокрушают российскую экономику»):

(7) *There is strong evidence that sanctions are strangling the Russian economy* (The Guardian).

(8) *Business retreats and sanctions are crushing the Russian economy in the short term and the long term.*

Однако в вышеприведенных контекстах Россия позиционируется авторами статей не как жертва, а как враг, с которым необходимо вести борьбу.

Другие авторы признают, что «Россия перехитрила западные санкции» (*Russia outsmarts Western sanctions*). Наряду с «игровой» метафорой нередко используется метафора «пути», например:

(9) *Russia still seems to be heading for a “soft landing”, in which inflation slows without crushing the economy* (The Guardian).

(10) *Nevertheless, the pariah economy is once again back on track.*

Однако и те, и другие авторы сходятся во мнении, что необходимо предпринять более суровые меры и усилить экономическое давление на Россию.

Таким образом, метафорический образ России в британских СМИ в основном формируется с помощью метафор, содержащих негативную оценку и относящимся к разным сферам-источникам («Преступный мир», «Монархия», «Болезнь», «Игра», «Война», «Путь» и нек. др.) (см. Рис. 1).

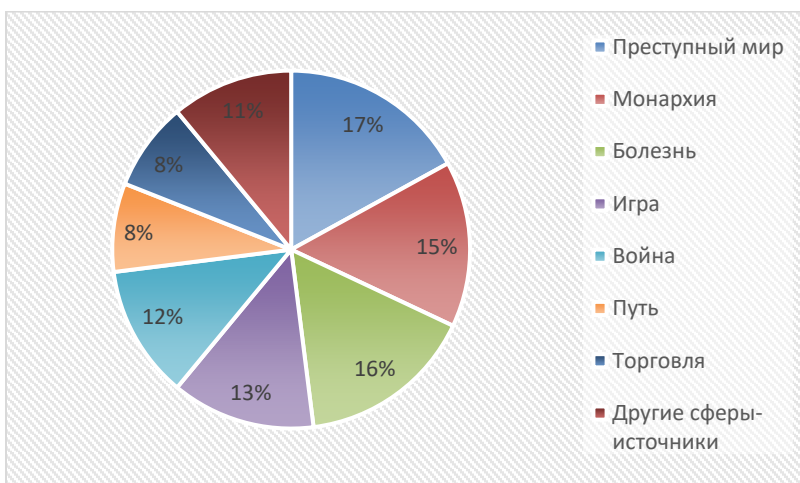


Рисунок 1 – Распределение метафор по сферам-источникам

Используемые британскими СМИ модели метафорической репрезентации образа России определяются текущей политической ситуацией, характером двусторонних отношений между Россией и Великобританией, а также целями и интересами последней. Авторы публикаций активно задействуют персуазивный и суггестивный потенциал метафоры для внедрения в сознание реципиентов негативных установок по отношению к России. В целом, негативный образ России, создаваемый посредством метафор, является проявлением развернутой Западом и Европой информационной войны против нашей страны.

Список литературы

1. Малышева Е.Г. Формирование медиаобраза региона в федеральных телевизионных СМИ (на материале текстов об Омске) / Е. Г. Малышева, Н. А. Гриднев // Научный диалог. – 2016. – № 12 (60). – С. 134–144.
2. Колосов В.А., Тикунов В.С., Заяц Д.В. Мир в зеркале средств массовой информации: использование анаморфоз в политико-географическом анализе // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 5. Геогр. – 2000. – № 2. – С. 15–22.
3. Зарипов Р.И. Метафорические образы России во французском политическом дискурсе в контексте войны в Сирии / Р. И. Зарипов // Политическая лингвистика. – 2017. – № 6. – С. 76–85.
4. Желтухина М.Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ: моногр. / М.Р. Желтухина; Рос. акад. наук, Ин-т языкознания, Московский университет

потребительской кооперации, Волгоградский филиал. – М.: ИЯ РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2003. – 654 с.

РЕАКЦИЯ СТУДЕНТОВ-ЮРИСТОВ НА УСЛОЖНЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО КОНТЕНТА.

Е.А. Кунгурцева, А.А. Чанкова
Сибирский университет потребительской кооперации
e.kngrtv@mail.ru

В статье на основе результатов социологического исследования сделана попытка оценить восприятие студентами компетентностно-ориентированной образовательной модели, ее эффективности в системе образования. Актуализированы вопросы отношения студентов 1 курса Юридического факультета СибУПК к изучению учебных дисциплин по отечественной истории и основам российской государственности для формирования гражданской ответственности и патриотизма. Анализируются предпочтения студентов к формам учебы в вузе, эффективность восприятия учебного материала, удовлетворенность учебным процессом, отношение к самостоятельной подготовке к занятиям.

Ключевые слова: учебный процесс, компетентностно-ориентированная образовательная модель, история России, основы российской государственности

Based on the results of a sociological study, the article attempts to assess students' perception of a competence-oriented educational model and its effectiveness in the education system. The issues of the attitude of 1st year students of the SibUPK Faculty of Law to the study of academic disciplines on national history and the foundations of Russian statehood for the formation of citizenship and patriotism are updated. The preferences of students to the forms of study at the university, the effectiveness of the perception of educational material, satisfaction with the educational process, attitude to self-preparation for classes are analyzed.

Keywords: educational process, competence-oriented educational model, history of Russia, fundamentals of Russian statehood

В рамках исследовательского проекта «Влияние академической среды на динамику студенческой субъектности» [1-2], был проведен опрос среди студентов, окончивших первый семестр 1 курса (бакалавриат) юридического факультета СибУПК. В анкетировании участвовали 82 студента, 48 из которых, уже получили среднее специальное юридическое образование и на ВО занимались по ускоренной программе. Диаграммы были составлены на

основе сравнения ответов ускоренников, группы обучающихся по стандартной программе и общего массива данных.

Понимание компетенций и компетентного подхода в образовании у студентов младших курсов ЮФ. Студентам 1 курса было предложено ответить на вопрос, как они понимают определение компетенций и компетентного подхода в образовании. Результаты опроса показали, что в группе ускоренников и группе студентов, обучающихся по стандартной образовательной программе, практически одинаковое количество человек, понимающих данное определение и тех, кто не имеет об этом никакого представления (*Рис 1,2*). Респонденты, которые пытались сформулировать их понимание компетенций, считают, что студенты должны развивать в процессе учебы определенные навыки, умения, знания и личные качества, которые и называются компетенциями. Они связаны с целями и требованиями конкретной программы обучения и могут включать академические навыки (например, критическое и аналитическое мышление, межличностные и межкультурные коммуникации), профессиональные навыки (внимательность, знание языков и др.) и личные качества (стрессоустойчивость, самоорганизация, креативность). Студенты должны быть осведомлены о том, какие компетенции они приобретут в процессе обучения.

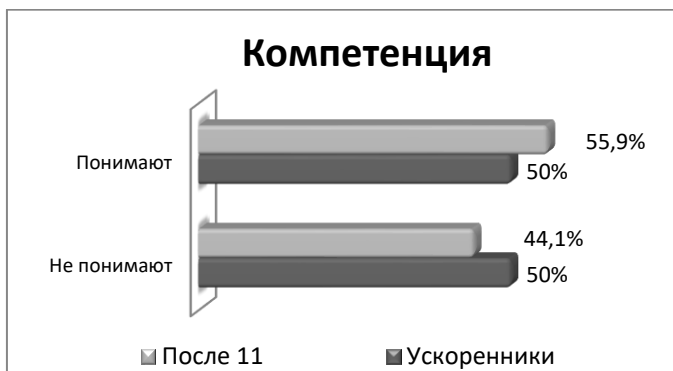


Рисунок 1 – Понимание понятия компетенция

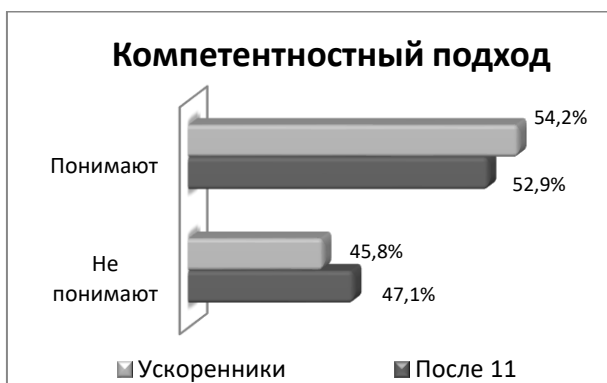


Рисунок 2 – Понимание понятия компетентностный подход

После анализа ответов на вопросы анкеты выяснилось, что некоторое адекватное понимание этого термина наблюдается только у половины опрошенных. В целом можно согласиться с мнением, что представления студентов о компетентностном подходе в образовании довольно абстрактно, возможно, в силу проблемности и неконкретности его понимания со стороны преподавателей [3].

Отношение студентов 1 курса ЮФ в новым историческим дисциплинам. В первом семестре студенты ЮФ СибУПК прослушали три родственных курса по истории России, основам российской государственности и истории отечественного государства и права. Более половины (57,3 %) всех обучающихся ответили, что пройденный материал является целесообразным и представляется полезным, 23,2 % считают, что информация должна подаваться по разным учебным программам. Так материал будет проще запомнить и применять в профессиональной деятельности. Почти половина всех опрошенных студентов (46,3 %) считает, что для формирования гражданственности и патриотизма полезно прослушать все три курса. Пятая часть респондентов отметили, что родственные курсы слишком насыщены похожим материалом и только есть единичные мнения, что полученные знания вряд ли будут полезны в профессиональной деятельности. Некоторые отметили, что у российских студентов нет возможности выбирать учебные дисциплины, которые они хотят изучать, в отличие от европейских стран, в которых этот подход более распространен.

Большинство студентов ЮФ СибУПК убеждены, что хороший юрист должен знать отечественную историю и историю развития правовых учений. Приведем некоторые высказывания студентов, полученные в результате интервьюирования: «История России — это наше прошлое, настоящее и будущее», «Я считаю, что юрист должны знать историю отечества и

историю развития юридической мысли», «История - один из любимых предметов». Незначительная часть опрошенных (менее 10%) отмечают, что в лекциях читается много схожего, однако, результаты зачетов и экзаменов показывают слабый рост качественной успеваемости, поэтому основная часть сокурсников не разделяет такую точку зрения.

Исторические знания в условиях современных социальных трансформаций приобретает все большую актуальность, поэтому развивается и усложняется образовательный контент. В связи с этим изучение истории в вузе позволяет не только углубить историческое знание, но и выработать активную гражданскую патриотическую позицию.

Список литературы

1. Ватлина Л.В., Горин С.Г., Фесенко Е.А. Образовательные трансформации и социальный субъект: некоторые аспекты позитивной динамики // Профессиональное образование в современном мире. – 2022. – № 1. – С.97-104.
2. Горин С. Г. Влияние академической среды на динамику студенческой субъектности // Философия образования. – 2021. – Т. 21, – № 2. – С. 53–64.
3. Комольцева Д.С., Курмаева А.Р., Турарова А.М. Влияние учебного процесса в университете на динамику студенческой субъектности (в печати).

СРЕДСТВА ВЕРБАЛЬНОЙ И НЕВЕРБАЛЬНОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КАТЕГОРИИ «СВОЙ/ЧУЖОЙ» В СИТУАЦИИ ЗНАКОМСТВА (НА МАТЕРИАЛЕ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ)

В.О. Панкова

Новосибирский государственный технический университет
vitalinapangl73@mail.ru

Данная статья посвящена рассмотрению и классификации средств вербальной и невербальной репрезентации категории «свой/чужой» на примере эпизода из романа Дж. Д. Сэлинджера «Ловец на хлебном поле». В статье рассматривается ситуация, в которой адресант оценивает потенциальных собеседников по невербальным параметрам – внешности, поведению. В основе идентификации по признаку «свой/чужой» в анализируемом примере лежит стереотипизация образа студента Йельского университета. Сопоставление этого стереотипизированного образа с мировоззрением главного героя, а также коннотация, которую использует автор, позволяют проанализировать средства репрезентации категории «свой/чужой» в исследуемом примере.

Ключевые слова: «свой/чужой», вербальная коммуникация, невербальная коммуникация, идентификация

This article is devoted to the consideration and classification of the means of verbal and non-verbal representation of the category "friend/foe" on the example of an episode from the novel by J. D. Salinger "The Hunter in the grain field". The article considers a situation in which the addressee evaluates potential interlocutors by non-verbal parameters - appearance, behavior. The basis of identification on the basis of "friend/foe" in the analyzed example is the stereotyping of the image of a Yale University student. The comparison of this stereotyped image with the worldview of the main character, as well as the connotation used by the author, allows us to analyze the means of representing the category of "friend/foe" in the studied example.

Keywords: "friend/foe", verbal communication, non-verbal communication, identification

Категория «свой/чужой» рассматривается исследователями в разных аспектах в контексте разных дисциплин – лингвистике, коммуникативистике, социологии, философии и др. Изучением этой категории занимались видные представители отечественного языкознания и литературоведения, такие как Т.В. Гамкрелидзе, М.М. Бахтин, Ю.С. Степанов, Ю.М. Лотман. В коммуникативном аспекте категорию «свой/чужой» рассматривали Л.П. Крысин, Э.В. Будаев, А.П. Чудинов, Е.М. Ремчукова, В.В. Котлярова и многие другие.

Работая с категорией «свой/чужой», ученые отмечают ее сложность: они исследуют «своих» и «чужих» в контексте той дисциплины, в которой изучают эту категорию, зачастую не ставят перед собой задачи вывести точное определение «своих» и «чужих», но отмечают параметры, по которым участники коммуникативной ситуации могут идентифицировать друг друга или же которые могут влиять на идентификацию – формировать представление о собеседнике.

Категория «свой/чужой» отражает наиболее общее отношение человека к другим людям, которые идентифицируются личностью с собой по признакам родства, близости, принадлежности к группе, языку, пишет В.Г. Маралов. Если такая идентификация дает положительные результаты, то человек воспринимается как «свой», отрицательные – как «чужой» [3].

Идентифицировать собеседника как «своего» также можно по его соответствию статусно-ролевым позициям. Общение адресанта и адресата может регулироваться местом (где) и временем (когда). Эти факторы определяют направление беседы, ее цель и влияют на начало коммуникации. Это предопределяет событийный план представляемой в высказываниях ситуации: так, в сознании говорящих может быть запечатлен определенный сценарий – «покупка продуктов», «сдача экзамена», «посещение театра» и др., в которых на предметном фоне строятся тексты в соответствии с принятым в обществе речевым поведением [4]. Если собеседники ведут себя

так, как принято в конкретной ситуации, коммуниканты могут идентифицировать друг друга как «своих».

Идентификация «своих» и «чужих» может осуществляться как по вербальным параметрам (через речевые или языковые средства общения), так и по невербальным. При невербальной коммуникации обмен информацией между индивидами происходит за счет мимики, жестов, а инструментом такого общения является тело индивида [1]. Восприятие другого человека – процесс комплексный, он базируется не на отдельных элементах, а на их совокупности. И.А. Стернин в своей работе «Введение в речевое воздействие» пишет, что первичная оценка собеседника основывается на 6 коммуникативных компонентах: 1) физиогномической редукции (оценке характера и внутренних качеств человека, по его внешности); 2) социальной категоризации; 3) групповой идентификации; 4) социальном сравнении; 5) казуальной атрибуции (приписывании человеку каких-либо причин его действий); 6) стереотипизации.

Точного количества совпадения критериев для идентификации «своего» и «чужого» нет. Как отмечают исследователи, идентификация «своих» и «чужих» зависит от цели (например, была беседа спонтанной или коммуниканты специально начали разговор, чтобы достичь какого-либо результата), специфики коммуникации (являются ли коммуниканты родственниками или знакомыми людьми, разделяют ли они взгляды, позиции и пр.), условий (где, когда и как проходит общение).

С нашей точки зрения, представляет интерес изучение идентификации «своих» и «чужих» в начале коммуникации, когда коммуниканты не знакомы друг с другом и не взаимодействуют вербально. Например, в романе Дж. Д. Сэлинджера «Ловец на хлебном поле» главный герой Холден Колфилд, оказавшись в баре, осматривается и оценивает посетителей. Особое внимание Холден обращает на студента в фланелевом костюме, который, по его мнению, является членом Лиги Плюща:

«<...> Справа сидел такой типус весь из себя из Йеля, в сером фланелевом костюме и жилетке в клеточку <...>» (Сэлинджер, пер. Р. Райт-Ковалевой).

Оценка, которую дает Холден посетителю, строится на личном опыте главного героя – нежелании поступать в Йель (*«чесслово, даже под страхом смерти, ексель-моксель, я б в Плющовую Лигу не сунулся»*). Негативное отношение к поступлению в этот университет выражается через просторечия (*не сунулся* – презрительное по словарю Д.Н. Ушакова), идиомы (*даже под страхом смерти* – под угрозами по Фразеологическому словарю русского языка).

При этом достоверной информации, что посетитель является студентом Йеля, нет – Холден приходит к такому выводу, оценивая внешний его вид. Это проявление стереотипизации, физиогномической редукции и социальной категоризации, причем проявляются эти компоненты в отрицательной

коннотации: для героя выпускники или студенты Йеля – *гады, типы* – чужие, которые, по мнению Колфилда, пытаются красоваться (*весь из себя*) и мало чем отличаются друг от друга (*все эти гады из Лиги Плюща на одно лицо*). Это отражается и на групповой идентификации – герой не отождествляет себя с обобщенным образом члена этой социальной группы: он не хочет присоединяться к Лиге Плюща и не желает отождествлять себя с посетителями заведения (*меня окружали туполомы*). Автор использует личное местоимение *меня*, приближая читателя к герою (роман написан от первого лица). Это можно расценивать как проявление дейксиса, специфика которого заключается в том, что он полностью зависит от акта речи и что референтная соотнесенность действительных слов и выражений меняется с изменением автора речи и переходит от одного лица к другому. Для дейксиса характерна эгоцентричность. Отсчет пространства, времени и личностных взаимоотношений ведется с позиций *его*. Говорящий становится центром действительного поля, *его* точкой отсчета, и установление личностных отношений, близости – дальности действия определяется на основании соотнесенности с актом речи, произносимым *его* [5].

В анализируемом нами примере важна именно оппозиция *я – они*, в которой *я* – хороший, «свой», а *они* – плохие, «чужие». Именно дейксис четко разграничивает место среди маркеров категории «свой – чужой» благодаря указанию на наличие или отсутствие принадлежности к личностному пространству своего «я». То, что вовлекается в личную зону, становится «своим», а то, что находится за пределами личной зоны, характеризуется как «чужое» [2]. Именно таким образом Холден оценивает окружающих его людей – сравнивая посетителей бара с собственными мнениями и эмоциями – и именно поэтому он приписывает окружающим причины их действий, не имея при этом информации о настоящих причинах и руководствуясь лишь собственными догадками.

Важно учесть, что Холден – подросток, его максималистское и даже радикальное мировоззрение прослеживается через манеру его речи. Для него не существует серого, усредненного или нейтрального, весь мир для Колфилда делится на черное и белое, «свое» и «чужое». Поэтому он использует разговорный стиль (*типус, штрик, ексель-моксель, сунулся, гады*) и априори воспринимает окружающих как «чужих».

Таким образом, в анализируемом примере идентификация «своих» и «чужих» происходит без вступления в прямую коммуникацию. Участник коммуникации оценивает окружающих сквозь призму своих взглядов и мнений, не вступая в диалог. В этом случае интерес представляет фигура самого адресанта – его мировоззрение, принадлежность к социальной группе, возраст и статус, так как отношение Холдена к окружающим во многом обусловлено его личностными параметрами – характером, возрастом (юношеский максимализм) и стремлением показаться более взрослым и зрелым, чем он есть на самом деле. В анализируемом примере языковыми

средствами репрезентации категории «свой/чужой» стали, существительные (*гады, туполомы*), местоимения (*меня – эти*).

Список литературы

1. Лагунова Е.А. Невербальные средства коммуникации: Экономика и социум. – 12-е изд. – 2014. – 365–369.
2. Матвеева А.А. Дейксис как маркер категории «Свой - чужой» // Вестник СамГУ. – 1-е изд. – 2007. – 112–116.
3. Маралов В.Г., Маралова Т.П. «Психологические детерминанты дифференциации отношения по принципу «свой-чужой»: Вестник Вятского государственного университета. – 1-е изд. – 2021. – 88 – 96.
4. Серебрякова А.Ю. О компонентах коммуникативной ситуации: Вестник Южно-Уральского государственного университета. Лингвистика. – 25-е изд. – 2009. – 30–32.
5. Советов И.М. Личные местоимения в текстообразовании // Вестник КГУ. – 2009. – №2. – С. 4–6.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЕСТЕСТВЕННЫХ НАУК

СЕКЦИЯ

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ
В АПК

ТРАНСФЕРТНАЯ ПОЛИТИКА МЕЖРЕГИОНАЛЬНОГО УРОВНЯ

Ю.А. Караваева

Новосибирский государственный аграрный университет
isevasteeva@yandex.ru

В статье рассмотрена и обоснована необходимость проведения трансфертной политики на межрегиональном уровне, описана сущность бюджетов субъектов РФ (региональных бюджетов) и консолидированных бюджетов субъектов РФ. Кроме того, проанализированные статистические данные, описывающие доходы Федерального бюджета и консолидированных бюджетов субъектов РФ за 2018-2021 гг., доля расходов Федерального бюджета на межбюджетные трансферты за 2018-2020 гг., а также исполнение консолидированных бюджетов регионов за 2022 год.

Ключевые слова: межбюджетные трансферты, бюджет, трансфертная политика, Федеральный бюджет, субъекты, регионы

Transfer policy at the interregional level, describes the essence of the budgets of the constituent entities of the Russian Federation (regional budgets) and the consolidated budgets of the constituent entities of the Russian Federation. In addition, analyzed statistical data describing the revenues of the Federal budget and consolidated budgets of the constituent entities of the Russian Federation for 2018-2021, the share of Federal budget expenditures on interbudgetary transfers for 2018-2020, as well as the execution of consolidated regional budgets for 2022.

Keywords: interbudgetary transfers, budget, transfer policy, Federal budget, subjects, regions

В современных социально-экономических условиях региональные системы существуют в условиях неопределенности, в рамках которой необходимо придерживаться сбалансированного рационального накопления и распределения бюджетных средств в целях обеспечения экономического роста и улучшения благосостояния населения.

Важную роль в формировании доходной части бюджетов является фискальная политика. Именно через взимание налогов с населения обеспечивается основа и источник финансирования проведения политики региона. Проведение стимулирующей или сдерживающей политики

государства определяет также направление фискальной политики (увеличение налогового бремени будет способствовать сдерживанию экономических процессов, снижению уровня инфляции, в то время как снижение обеспечит благоприятные условия для развития бизнеса, ускорения экономических и финансовых процессов, что скажется на увеличении доходов бюджета в долгосрочной перспективе).

Совокупность методов бюджетно-налогового регулирования позволяет сформировать комплексный механизм организации межбюджетных отношений в рамках складывающегося бюджетного устройства, которое зависит от формы государственно-политической системы (унитарного или федеративного государства). Значение сложившегося в рамках национальной экономики механизма межбюджетного регулирования в обеспечении сбалансированности бюджетной системы является первостепенным. [1, С. 137]

Существование различных природно-климатических условий на территории Российской Федерации в силу обширной и разнообразной географии обуславливает важность межбюджетного выравнивания, выступающего в качестве ключевого фактора достижения экономического роста регионов страны. Межбюджетное выравнивание призвано сгладить перепады экономического состояния регионов страны по отношению друг к другу, сбалансировать развитие регионов. Например, некоторые регионы такие как:

- Республика Саха (Якутия), которая богата сурьмой, алмазами, оловом, золотом и т.д.;
- Красноярский край, который богат углем, железной рудой, цветными и редкими металлами, поваренной солью, фосфоритами;
- Ханты-Мансийский и Ямало-Ненецкий АО (в составе Тюменской области), Республика Татарстан, которые являются лидерами по добычи нефти в России;

Как в политическом, так и в финансовом отношении Россия является одной из наиболее централизованных федеративных стран в мире. Федеральная налоговая служба собирает все налоги, а затем доходы направляются в бюджеты соответствующего уровня правительства. [1, С. 141]

Согласно законодательству РФ, налоги подразделяются на федеральные, региональные и муниципальные, однако существуют ограничения возможности правительств нижестоящих уровней изменять базу и ставки налогов своего уровня. При этом поступления от двух наиболее важных федеральных налогов (налога на прибыль и НДС/Л) направляются в региональные и муниципальные бюджеты.

Бюджет субъекта Российской Федерации и свод бюджетов муниципальных образований, входящих в состав субъекта Российской Федерации (без учета межбюджетных трансфертов между этими

бюджетами), образуют *консолидированный бюджет субъекта Российской Федерации*.

Бюджет субъекта Российской Федерации (региональный бюджет) предназначен для исполнения расходных обязательств субъекта Российской Федерации.

Использование органами государственной власти субъектов Российской Федерации иных форм образования и расходования денежных средств для исполнения расходных обязательств субъектов Российской Федерации не допускается [2]. В целях поддержания сбалансированности и равномерного развития субъектов РФ государство применяет трансфертную политику на межрегиональном уровне. Межбюджетные трансферты из федерального бюджета бюджетам бюджетной системы Российской Федерации предоставляются в форме межбюджетных трансфертов бюджетам государственных внебюджетных фондов [3, Ст. 129]:

- дотаций бюджетам субъектов Российской Федерации;
- субсидий бюджетам субъектов Российской Федерации;
- субвенций бюджетам субъектов Российской Федерации;
- иных межбюджетных трансфертов бюджетам субъектов Российской Федерации;

Рассмотрим, как межбюджетные трансферты влияют на бюджеты регионов Российской Федерации. Статистический сборник «Финансы России. 2022» представляет информацию о государственных финансах за 2021 год [4, С. 25-32, 36]. Проанализируем доходы Федерального бюджета и Консолидированных бюджетов субъектов РФ за 2018-2021 гг. (Рисунок 1).

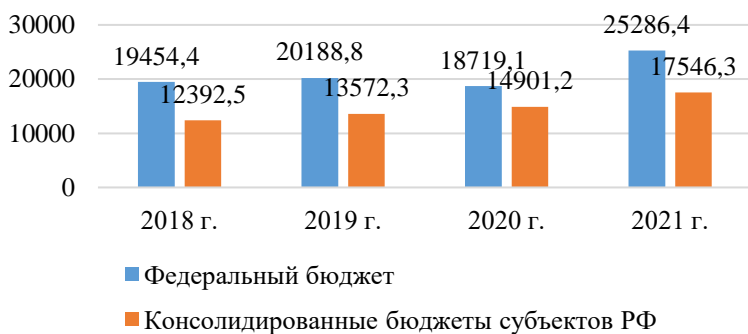


Рисунок 1 – Доходы Федерального бюджета и Консолидированных бюджетов субъектов РФ за 2018-2021 гг., млрд руб.

Можно отметить тенденцию к увеличению доходов Федерального бюджета (так, доходы увеличились за рассматриваемый период с 19454,4 млрд руб. до 25286,4 млрд руб., т.е. на 29,97%). Однако, в 2020 году доходы оказались на 1469,7 млрд руб. меньше показателя предыдущего периода, что

может быть связано с нестабильностью и ослаблением экономики страны в следствие пандемии. При этом доходы Консолидированных бюджетов субъектов РФ увеличивались от года к году вне зависимости экономических сложностей 2020 года. Такая ситуация могла сложиться под влиянием трансфертной политики государства (то есть, получением трансферт бюджетами субъектов РФ от Федерального бюджета).

Рассмотрим расходы Федерального бюджета на межбюджетные трансферты за 2018-2020 гг. (Табл. 1).

Таблица 1 – Доля расходов Федерального бюджета на межбюджетные трансферты за 2018-2020 гг., млн руб.*

				Долевое соотношение		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Расходы – всего	16713,0	18214,5	22821,6	100,0	100,0	100,0
межбюджетные трансферты	5358,2	5817,7	8881,6	32,06	31,94	38,92
из них:						
дотации	1035,5	924,0	1303,7	19,33	15,88	14,68
субсидии	381,8	556,6	1011,5	7,13	9,57	11,39
субвенции	331,7	396,6	606,2	6,19	6,82	6,83
межбюджетные трансферты бюджету ПФР	3229,3	3308,7	4786,8	60,27	56,87	53,90

* – По данным Федерального казначейства. В связи с решением Минфина России за 2021 г. не подлежат публикации.

Проанализировав данные, представленные в таблице, можно сделать вывод о достаточно весомой доле межбюджетных трансферт в общей структуре расходов Федерального бюджета. На протяжении всего рассматриваемого периода доля межбюджетных трансферт составляла около трети от всех расходов Федерального бюджета. В целом наблюдается тенденция к увеличению выделения средств на межбюджетные трансферты. Так, с 2018 года, когда расходы по данной статье составляли 5358,2 млн руб., произошло увеличение до 8881,6 млн. руб. в 2020 году. Однако, в структуре межбюджетных трансферт большую долю на протяжении всего

рассматриваемого периода занимают межбюджетные трансферты бюджету ПФР (более 50% от общей суммы межбюджетных трансферт в каждом году).

Исполнение консолидированных бюджетов регионов за 2022 год сложилось с профицитом в объеме 50,1 млрд рублей. Профицит 36 профицитных регионов составил 497,4 млрд рублей, дефицит 50 дефицитных регионов – 447,3 млрд рублей (Рисунок 2) [5, С. 3].



Рисунок 2 – Соотношение профицитных и дефицитных бюджетов регионов РФ за 2022 г.

Почти 65 % суммарного профицита приходится на пять субъектов Российской Федерации (Рисунок 3).

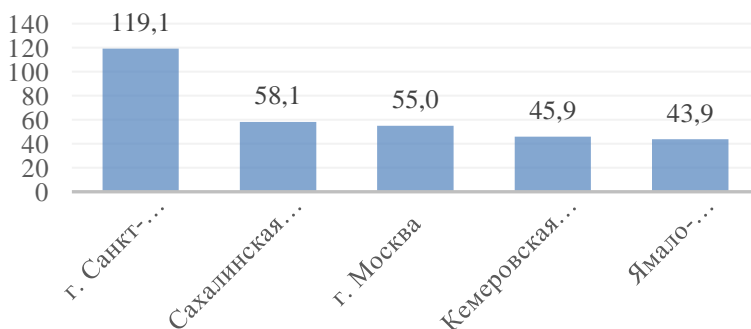


Рисунок 3 – Субъекты РФ с наибольшим профицитом бюджета в 2022 г.

Дефицит бюджета имели 50 регионов, при этом в 44 из них расходы росли быстрее доходов (среди них – Красноярский край, Белгородская, Липецкая, Мурманская, Тюменская, Челябинская области и другие) [5, С. 3].

Таким образом, можно сделать вывод о преобладании профицита бюджета у наиболее развитых регионов, обладающих богатым культурным наследием, имеющих сырьевой потенциал, а также регионы, имеющие стратегическое значение для страны. При этом, регионы, которые обладают вышеперечисленными характеристиками в гораздо меньшем объеме,

обладают дефицитными бюджетами. Трансфертная политика призвана нивелировать эти различия и способствовать гармоничному развитию всех субъектов Российской Федерации.

Следовательно, рассмотрев статистические данные, представляющие трансфертную политику Российской Федерации, можно сделать вывод о достаточно высокой ее роли в процессе развития экономики и страны в целом, так как именно сбалансированность бюджетов и равномерное развитие экономики регионов государства ведут к увеличению национального богатства и повышению уровня жизни населения.

Список литературы

1. Таштамиров М.Р. Эффективность межбюджетного регулирования высокодотационных бюджетов субнационального уровня/ М.Р. Таштамиров // Финансы: теория и практика. – 2022. – С. 136-159.
2. Портала Открытый бюджет города Москвы. Режим доступа: https://budget.mos.ru/about/budget_system (дата обращения: 17.04.2024).
3. «Бюджетный кодекс Российской Федерации» от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 04.08.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2023).
4. Финансы России. 2022: Стат.сб./ Росстат. – М., – 2022 – 392 с.
5. Оперативный доклад об исполнении консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации, январь – декабрь 2022 года. – 56 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ach.gov.ru/upload/iblock/07a/f3925icrxo8veiakct2y6mvjqax8zrkb.pdf> (дата обращения: 26.04.2024).

ВЛИЯНИЕ ГРИБОВ РОДА *FUSARIUM* НА ЭЛЕМЕНТЫ СТРУКТУРЫ УРОЖАЯ РАЗНЫХ СОРТОВ ГОРОХА В НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Е.Н. Муратова, Я.С. Скрыбин, О.А. Казакова
Новосибирский государственный аграрный университет
lizamur2004@gmail.com

Цель работы состояла в изучении влияния штаммов грибов рода Fusarium (F. avenaceum, F. oxysporium, F. sporotrichioides, F. solani) на элементы структуры урожая гороха (число растений, число бобов, число семян в бобе, масса 1000 семян). Исследования проводились в вегетационном периоде 2023г. в условиях учебно-производственного хозяйства «Сад Мичуринцев».

Заражение семян гороха сортов Рокет и Саламанка проводили в лабораторных условиях. Семена замачивали на 12 часов в культуральной жидкости микромицетов, выращенных на питательной среде Чапека без агара в течение 14 дней. Посев проводили на опытные делянки площадью 1м² вручную. Зараженность семян грибами рода *Fusarium* на исследуемых сортах гороха оказывала влияние на число растений и число бобов, снижая их на 72 - 90% и 38,9 – 90% соответственно у сорта Рокет и 26,3 – 86.8% и 54,9 – 85,8% соответственно у сорта Саламанка.

Ключевые слова: горох, элементы структуры урожая, грибы рода *Fusarium*, *F. avenaceum*, *F. oxysporium*, *F. sporotrichioides*, *F. solani*, число растений на 1м², число бобов на 1 растение.

The aim of the work was to study the effect of strains of fungi of the genus Fusarium (F. avenaceum, F. oxysporium, F. sporotrichioides, F. solani) on the elements of the structure of the pea crop (number of plants, number of beans, number of seeds in a bean, weight of 1000 seeds). The studies were conducted in the growing season of 2023. in the conditions of the educational and industrial farm "Michurintsev Garden". Infection of pea seeds of the Rocket and Salamanca varieties was carried out in laboratory conditions. The seeds were soaked for 12 hours in the culture liquid of micromycetes grown on a Capek nutrient medium without agar for 14 days. Sowing was carried out on experimental plots with an area of 1m² manually. The infection of seeds with Fusarium fungi on the studied pea varieties influenced the number of plants and the number of beans, reducing them by 72-90% and 38.9 - 90%, respectively, in the Rocket variety and 26.3 – 86.8% and 54.9 – 85.8%, respectively, in the Salamanca variety.

Keywords: peas, crop structure elements, fungi of the genus *Fusarium*, *F. avenaceum*, *F. oxysporium*, *F. sporotrichioides*, *F. solani*, number of plants per 1m², number of beans per 1 plant.

Горох одна из основных зернобобовых культур и занимает одно из лидирующих мест по площади и по питательной ценности. [1]. Горох является ценным источником растительного белка, содержание которого составляет 21-32%. Он используется как зеленый овощ в Азии (целые стручки или незрелые бобы), а также в виде сушеных семян в Европе, Австралии и Америке. [1].

Фузариоз, вызываемый грибами рода *Fusarium*, наряду с аскохитозом, пероноспорозом, серой гнилью, мучнистой росой, ржавчиной и бактериозом, является одной из наиболее опасных болезней гороха. Развитие фузариозов приводит к потерям урожая зерна до 50% [2]. Основными возбудителями фузариоза являются виды *F. oxysporum* и *F. solani*. Они существенно снижают кормовую ценность зерна гороха, вызывая поражение главного стебля, корневой системы, что ведет к некрозу и увяданию листьев, опаданию завязей и, в конечном итоге, к снижению азотонакопительной способности растений [1].

Растения гороха, пораженные фузариозной корневой гнилью, остаются недоразвитыми, низкими и карликовыми. Со временем они желтеют, увядают и засыхают. Патоген может атаковать растения гороха в разные фазы вегетации, но наиболее восприимчивыми к нему являются всходы [1]. В эту фазу возбудители фузариоза вызывают сухую гниль корней и корневой шейки из-за чего растения легко выдергиваются из почвы [2].

Грибы рода *Fusarium* оказывают вредное воздействие на растения гороха благодаря своим метаболитам, токсинам и ферментам, которые позволяют им проникать и колонизировать внешние и внутренние ткани зерновки. Большинство возбудителей фузариоза обладают широкой специализацией. Эти патогены распространены повсеместно в различных агроценозах [2].

Важнейшим элементом комплекса мер по защите гороха от заболеваний является использование устойчивых и технологичных сортов. Наиболее экономически и экологически оправданным способом защиты гороха является замена восприимчивых сортов устойчивыми, однако ассортимент устойчивых к болезням сортов гороха ограничен [3].

Цель работы состояла в изучении влияния штаммов грибов рода *Fusarium* (*F. avenaceum*, *F. oxysporium*, *F. sporotrichioides*, *F. solani*) на элементы структуры урожая гороха (число растений, число бобов, число семян в бобе, масса 1000 семян).

Условия, материалы и методы. Исследования проводились в вегетационном периоде 2023г. в условиях учебно-производственного хозяйства «Сад Мичуринцев».

Почва опытного участка – серая лесная, слабосмытая, среднemocная, по механическому составу тяжелосуглинистая. Глубина пахотного слоя 18 см. Гумуса 4,5%. Мощность гумусового горизонта 34 см. Реакция среды слабокислая. Низкая обеспеченность нитратным азотом, повышенная - подвижным фосфором и средняя - подвижным калием. Заражение семян гороха сортов Рокет и Саламанка проводили в лабораторных условиях. Семена замачивали на 12 часов в культуральной жидкости микромицетов, выращенных на питательной среде Чапека без агара в течение 14 дней. Посев проводили на опытные делянки площадью 1м² вручную. Повторность опыта 3х кратная. Борьбу с сорняками проводили вручную, обработок химическими препаратами в течении вегетации не было. Климатические условия вегетационного периода 2023г в УПХ «Сад Мичуринцев» характеризовались относительно высокими температурами и недостаточным увлажнением во все месяцы, кроме августа. Температура в мае была на 0,2°С ниже нормы, в июне-июле на 1-2 °С выше нормы, августе почти не отличалась от среднееголетних показателей. Увлажнение в мае, июне, июле и сентябре было недостаточным, в августе 191% от нормы. В целом климатические условия способствовали развитию грибов рода *Fusarium* в данный вегетационный период.

Результаты исследований. Влияние грибов рода *Fusarium* на элементы структуры урожая гороха представлены в таблицах 1 и 2.

Таблица 1 - Влияние грибов рода *Fusarium* на элементы структуры урожая гороха сорта Рокет

Вариант	Число растений, шт/м ² ,	Число бобов, шт/растение	Число семян, шт/боб	Масса 1000 семян, г	Биологическая урожайность, ц/га
Контроль	200,0	524,0	4,3	141,1	31,8
<i>F. avenaceum</i>	20,0	52,0	3,9	131,1	2,7
<i>F. oxysporium</i>	40,0	128,0	3,3	133,9	5,6
<i>F. sporotrichioides</i>	56,0	320,0	3,5	134,5	14,9
<i>F. solani</i>	32,0	272,0	4,3	139,2	16,3
НСП ₀₅	61,1	38,8	0,8	11,2	19,6

Результаты исследований показали, что зараженность семян грибами рода *Fusarium* отрицательно влияла на число растений и число бобов. Эти показатели при посеве семенами, зараженным грибом *F.avenaceum* снижались в 10 раз. В меньшей степени зараженность семян влияла на число семян в бобе, достоверного влияния на массу 1000 семян обнаружено не было.

В результате проведенных исследований у сорта Рокет число растений и число бобов было меньше у всходов из зараженных семян, чем на контроле. *F. sporotrichioides* снизил число растений на 72%, *F. oxysporium* на 80%, *F. solani* на 84%, *F.avenaceum* в наибольшей степени снизил число растений с 1м² - на 90%. Число бобов меньше всего снизил *F. sporotrichioides* - на 38,9%, *F. solani* на 48%, *F.oxysporium* на 75,6%, *F.avenaceum* в наибольшей степени снизил число стеблей с 1м² - на 90%. Число семян в бобе такое же как на контроле было у *F. solani*. Остальные варианты патогенов снижали этот показатель в той или иной степени. *F.avenaceum* на 9,3%, *F. sporotrichioides* на 18,6%. В наибольшей степени число семян в бобе снизил *F.oxysporium* – на 23,2%. Масса 1000 зерен у *F. solani* была на 1,3% меньше контроля, у *F.sporotrichioides* на 4,7%, у *F.oxysporium* на 5,1%, а у *F. avenaceum* на 7%.

Биологическая урожайность контроля превышала остальные варианты. *F. solani* снизил биологическую урожайность на 48,7%, *F.sporotrichioides* на 53,1%, *F. oxysporium* на 82,3%, *F.avenaceum* в наивысшей степени снизил биологическую урожайность – на 91,5%.

Таблица 2 - Влияние грибов рода *Fusarium* на элементы

структуры урожая гороха сорта Саламанка

Вариант	Число растений, шт/м ²	Число бобов, шт/растение	Число семян, шт/боб	Масса 1000 семян, г	Биологическая урожайность, ц/га
Контроль	152,0	452,0	4,4	171,4	34,1
<i>F. avenaceum</i>	40,0	136,0	4,3	155,9	9,0
<i>F. oxysporium</i>	20,0	64,0	3,9	130,5	3,2
<i>F. sporotrichioides</i>	112,0	204,0	3,9	89,3	7,1
<i>F. solani</i>	40,0	128,0	3,4	148,3	6,4
НСП ₀₅	56,4	41,1	0,6	12,1	21,1

У сорта Саламанка число растений с 1м² было меньше у всходов из зараженных семян, чем на контроле.

При посеве семян, зараженных грибом *F. sporotrichioides* число растений снижалось на 26,3%. *F. solani* и *F. avenaceum* снижали число растений на 73,7%, *F. oxysporium* в наибольшей степени снизил число растений с 1м² на 86,8%. Число бобов при заражении *F. sporotrichioides* оказалось на 54,9% меньше контроля. *F. avenaceum* снижал число колосьев на 69,9%, *F. solani* на 71,7%, *F. oxysporium* в наибольшей степени снизил число бобов – на 85,8%. Число семян в бобе у *F. avenaceum* было меньше контроля на 2,3%. *F. sporotrichioides* и *F. oxysporium* снижали число семян в бобе на 11,4%, *F. solani* в наибольшей степени снизил число семян в бобе – на 22,7%. Масса 1000 семян у *F. avenaceum* была на 9% меньше контроля, у *F. solani* на 13,4%, у *F. oxysporium* на 23,9% и в наибольшей степени снизил массу 1000 семян *F. sporotrichioides* на 47,9%. Биологическая урожайность вариантов, зараженных патогенами, была существенно ниже контроля. *F. avenaceum* снизил биологическую урожайность на 73,6%, *F. sporotrichioides* на 79,1%, *F. solani* на 81,2%, *F. oxysporium* в наивысшей степени снизил биологическую урожайность – на 90,6%.

Таким образом, в большей степени зараженность семян грибами рода *Fusarium* на исследуемых сортах гороха оказывала влияние на число растений и число бобов, снижая их на 72 - 90% и 38,9 – 90% соответственно у сорта Рокет и 26,3 – 86,8% и 54,9 – 85,8% соответственно у сорта Саламанка.

Влияние грибов рода *Fusarium* на число растений в среднем по двум сортам показано на рисунке 1.

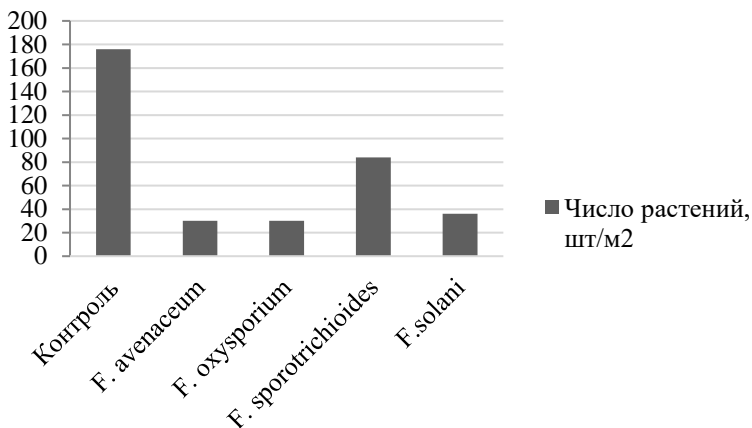


Рисунок 1 – Влияние грибов рода *Fusarium* на число растений гороха (шт/м²) (среднее по 2 сортам)

Влияние грибов рода *Fusarium* на число бобов в среднем по двум сортам показано на рисунке 2.

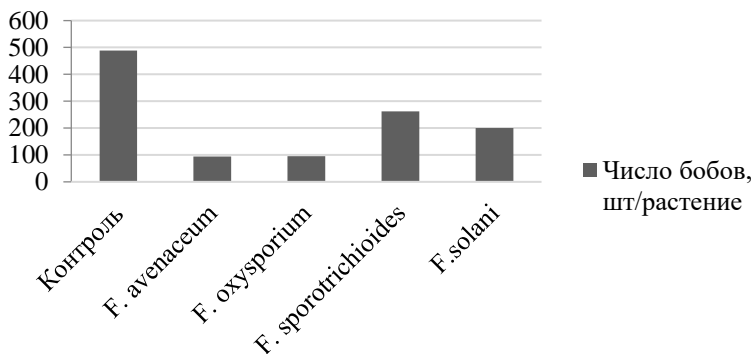


Рисунок 2 – Влияние грибов рода *Fusarium* на число бобов гороха (шт/м²) (среднее по 2 сортам)

Список литературы

1. Тагиманова, Д. С. Скрининг резистентных каллусов гороха (*Pisum sativum* L.) на селективных средах с культуральным фильтратом *Fusarium oxysporium* L / Д. С. Тагиманова, Ж. А. Рашиденова, О. Н. Хапилина // Биотехнология. Теория и практика. – 2013. – № 3. – С. 55-60.

2. Соколова Л.М., Михайлов В.В., Белошапкина О.О., Егорова А.А. О методике создания инфекционного фона фузариоза гороха овощного // Аграрная наука. – 2020. – №(7-8): С. – 92-98.
3. Градобоева Т. П. Корневые гнили гороха в условиях Кировской области // Зернобобовые и крупяные культуры. – 2019. – №3 (31). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kornevye-gnili-goroaha-v-usloviyah-kirovskoy-oblasti> (дата обращения: 23.04.2024).

СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ НАПРАВЛЕНИЯ РАСХОДОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО БЮДЖЕТА НА ПРИМЕРЕ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Г.С. Парфенов, И.А. Севастеева
Новосибирский государственный аграрный университет
glebporfenon@bk.ru

В статье определены и проанализированы современные стратегии направления расходования регионального бюджета на примере Новосибирской области в контексте изменяющейся экономической обстановки и усиливающихся потребностей населения. Выделены ключевые направления расходования бюджетных средств и проанализирована их динамика за последние годы. Рассмотрено воздействие санкционного давления на экономику региона и изменения в бюджетных приоритетах, в связи с этим. В статье подчеркивается ориентация бюджета на улучшение качества жизни граждан, социальную поддержку и развитие человеческого капитала как основы устойчивого развития региона.

Ключевые слова: Новосибирская область, бюджет, расходования, направления, экономика

The article defines and analyzes modern strategies for spending the regional budget on the example of the Novosibirsk region in the context of the changing economic situation and the increasing needs of the population. The key areas of budget spending are highlighted and their dynamics in recent years are analyzed. The impact of sanctions pressure on the economy of the region and changes in budget priorities in this regard are considered. The article emphasizes the budget's focus on improving the quality of life of citizens, social support and human capital development as the basis for sustainable development of the region.

Keywords: Novosibirsk region, budget, expenditures, directions, economy

В условиях постоянно меняющейся экономической обстановки и растущих потребностей населения, вопрос эффективного расходования регионального бюджета становится всё более актуальным. Региональные

власти вынуждены постоянно совершенствовать свои стратегии финансового управления для обеспечения устойчивого социально-экономического развития. Новосибирская область является одним из крупнейших экономических субъектов Российской Федерации, а потому на её примере можно рассмотреть, как региональные бюджеты меняются под воздействием глобальных вызовов, с которыми сталкивается Россия.

Ключевым фактором появившихся изменений в бюджетах за последние года является усилие санкционного давления, в результате которого Россия стала мировым лидером по количеству наложенных на неё санкций [1]. Большинство стран мира ввело торговые ограничения, тем самым существенно изолировав Российскую экономику от мирового рынка технологий и ресурсов. Устоявшиеся за годы тенденции развития государства пошатнулись, приводя к очередной необходимости реформирования как экономики, так и государственной системы в целом.

Для проведения целостного анализа необходимо вначале рассмотреть расходную часть бюджета на 2022 год. Важность данного бюджета заключается в том, что он был составлен до начала глобальных экономических вызовов и именно ему пришлось столкнуться с первым и самым тяжёлым ударом со стороны запада. Информация по наиболее крупным направлениям бюджета Новосибирской области представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Сравнение направления расходования бюджета Новосибирской области за 2021 г. и 2022 г. в тыс. руб. [2]

Наибольшему изменению подверглось направление жилищно-коммунального хозяйства, которое к 2022 году возросло с 9 449 231,20 тыс. рублей до 17 598 503,7 тыс. рублей (рост на 86%), расходы на национальную безопасность и правоохранительную деятельность увеличились с 982 100,40

тыс. рублей до 1 589 537,1 тыс. рублей (рост на 62%), возросли траты и на культуру с кинематографом, с 3 648 149,80 тыс. рублей до 5 097 562,1 тыс. рублей (рост на 40%), крупный рост заметен также в области физической культуры и спорта с 8 198 882,50 тыс. рублей до 11 184 284,9 тыс. рублей (рост на 36%), расходования на национальную экономику возросли с 41 992 665,90 тыс. рублей до 52 275 612,7 тыс. рублей (рост на 24%).

Уже в июле 2022 года в данный бюджет были внесены поправки, опирающиеся на федеральную государственную антикризисную программу. Основной массив изменений был направлен на социальную политику, в числе которой выплаты на детей от 8 до 17 лет, обеспечение льготными лекарствами и другое. Кроме того средства направленные в резервный фонд снизились с 26 млрд. рублей до 5,3 млрд. рублей, тем самым позволив высвободить большее количество денег на укрепление экономического положения региона [3].

Выстояв тяжелейший 2022 год, Новосибирская область столкнулась с необходимостью изменений в предстоящем бюджете. Государство провозгласило политику усиленного импортозамещения и укрепления самостоятельности экономики, в связи с чем необходимо было актуализировать ориентиры области. Руководство провозгласило социальную ориентированность, направив свои возможности на обеспечение жильём детей сирот, обманутых дольщиков, льготного лекарственного обеспечения, расселение ветхого и аварийного жилья, ликвидации несанкционированных свалок, своевременного ремонта дорог, благоустройства, градостроительного зонирования, охраны природы и многое другое. Ключевые изменения в расходовании бюджета новосибирской области представлены на рисунке 2.



Рисунок 2 – Сравнение направления расходования бюджета Новосибирской области за 2022 г. и 2023 г. в тыс. руб. [4]

С учётом возросшей необходимости высококвалифицированных кадров, траты на образование были увеличены с 57 799 380,60 тыс. рублей до 70 884

266,80 тыс. рублей (рост на 23%), в связи с возросшей потребностью в укреплении самостоятельности экономики, бюджет продемонстрировал рост трат на национальную экономику с 52 275 612,70 тыс. рублей до 60 727 099,60 тыс. рублей (рост на 16%), особо остро встал вопрос обеспечения комфорта и качества проживания граждан, на фоне чего траты на жилищно-коммунальное хозяйство возросли с 17 598 503,70 тыс. рублей до 22 996 729,10 тыс. рублей (рост на 31%), для укрепления региона были выделены дополнительные средства на межбюджетные трансферты, в результате чего расходы на них возросли с 20 064 330,00 тыс. рублей до 25 769 893,50 тыс. рублей (рост на 28%).

Несмотря на попытку учесть все потребности населения, уже в апреле происходит корректировка в бюджет, в результате которой не потраченные в прошлом году федеральные трансферты были направлены на развитие системы здравоохранения, а также временно сокращены расходы на улучшение дорожной инфраструктуры. Выделен объём субсидий Новосибирску в размере 1 395 000 тыс. рублей, из которых наибольшая часть направлена с целью устойчивого функционирования дорог, а также часть выделена на благоустройство дворовых территорий [5].

За прошедший 2023 год Новосибирская область достигла определённой стабильности, как и государство в целом, все вызовы, с которыми столкнулась наша страна хоть и не были преодолены до конца, однако в определённой мере были сглажены, тем самым открывая новые возможности в работе с бюджетом на следующий год. Основным направлением вновь стала именно социальная сфера, так, среди межбюджетных трансфертов выделены средства на балансировку регионального бюджета, модернизацию звеньев здравоохранения, а также капитальный ремонт школ. Ключевые изменения в расходовании бюджета новосибирской области представлены на рисунке 3.



Рисунок 3 – Сравнение направления расходования бюджета Новосибирской области за 2023 г. и 2024 г. в тыс. руб. [6]

На основе запланированных трат мы видим, что Новосибирская область выделяет ключевые направления, средства на которую выделены из других сфер, также социальных. Осознавая необходимость дальнейшего развития научного потенциала области, траты на образование выросли с 70 884 266,80 тыс. рублей до 80 069 851,50 тыс. рублей (рост на 13%), сильно выросли и траты на здравоохранение с 30 297 013,60 тыс. рублей до 36 745 438,30 тыс. рублей (рост на 21%). Однако крупные сокращения коснулись ряда других направлений, так, траты на национальную экономику, столь важную для обеспечения суверенности, снизились с 60 727 099,60 тыс. рублей до 55 840 227,70 тыс. рублей (падение на 8%), непосредственно расходы на социальную политику упали с 78 419 305,30 тыс. рублей до 73 921 402,90 тыс. рублей (падение на 6%).

Анализируя все изменения в расходовании бюджетных средств, мы можем выделить следующие приоритетные направления:

1. Охрана окружающей среды. На данное направление не выделяется крупных бюджетных средств, тем не менее на траты на неё растут большими темпами и в процентном соотношении составили рост на 280%, тем самым подчёркивая направленность на улучшение комфорта населения.

2. Национальная безопасность и правоохранительная деятельность. Данное направление также не отличается высоким уровнем вложений средств бюджета, однако в процентном соотношении эта область возросла на 252%, что свидетельствует об ориентированности на безопасность и защиту населения.

2. Жилищно-коммунальное хозяйство. Одно из важнейших направлений, обеспечивающих комфортную жизнь в городских условиях, возросло на 134%.

4. Культура, кинематография. Данная область последовательно поддерживается регионом, так как обеспечивает населению досуг, направляя жителей в созидательное русло, о чём свидетельствует её рост на 91%.

5. Образование. Не менее важная и приоритетная отрасль, благодаря которой создаются всё более квалифицированные кадры, способные в дальнейшем закрыть дефицит профессионалов, о чём говорит рост на 57%.

В условиях внешних вызовов и внутренних проблем, современные стратегии направления расходования регионального бюджета сконцентрированы на достижении устойчивого развития региона. В центре внимания бюджета находятся граждане региона, для них последовательно увеличиваются меры социальной поддержки, а также улучшается качество жизни, в том числе большую роль отводят поддержке уязвимых групп населения. Вложения в человеческий капитал призваны не только улучшить жизнь населения, но и увеличить конкурентоспособность продуктивность рабочей силы, тем самым укрепляя экономику региона, ведя страну к экономической независимости.

Список литературы

1. ГК «РосБизнесКонсалтинг». Bloomberg назвал Россию мировым лидером по количеству санкций [Электронный ресурс] / ГК «РосБизнесКонсалтинг» // РБК: Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/08/03/2022/6226867a9a7947db2e9e223b> (дата обращения: 01.01.2024).
2. Министерство финансов и налоговой политики Новосибирской области. Бюджет Новосибирской области 2022 год [Электронный ресурс] / Министерство финансов и налоговой политики Новосибирской области // Министерство финансов и налоговой политики Новосибирской области: Режим доступа: <https://mfnsnso.nso.ru/page/5182> (дата обращения: 01.01.2024).
3. Законодательное собрание новосибирской области. Бюджет-2022: взаимопонимание найдено [Электронный ресурс] / Законодательное собрание новосибирской области // Законодательное собрание новосибирской области: Режим доступа: <https://zsnso.ru/news/16723> (дата обращения: 01.01.2024).
4. Министерство финансов и налоговой политики Новосибирской области. Бюджет Новосибирской области 2023 год [Электронный ресурс] / Министерство финансов и налоговой политики Новосибирской области // Министерство финансов и налоговой политики Новосибирской области: Режим доступа: <https://mfnsnso.nso.ru/page/5603> (дата обращения: 01.01.2024).
5. Законодательное собрание новосибирской области. Бюджет-2023: первая корректировка [Электронный ресурс] / Законодательное собрание новосибирской области // Законодательное собрание новосибирской области: Режим доступа: <https://zsnso.ru/news/17777> (дата обращения: 01.01.2024).
6. Министерство финансов и налоговой политики Новосибирской области. Бюджет Новосибирской области 2024 год [Электронный ресурс] / Министерство финансов и налоговой политики Новосибирской области // Министерство финансов и налоговой политики Новосибирской области: Режим доступа: <https://mfnsnso.nso.ru/page/3777> (дата обращения: 01.01.2024).

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ И Г. МОСКВА

Т.А. Пукелова, Л.А. Полонец
Новосибирский государственный аграрный университет
isevasteeva@yandex.ru

В данной статье проводится сравнительный анализ Новосибирской области и г. Москва по инвестиционной привлекательности. Целью работы является изучение факторов, влияющих на различия в формировании инвестиционного

климата субъектов. Для этого анализируются основные конкурентные преимущества каждого субъекта, исследуются динамика инвестиций в основной капитал за определенный период. Особое внимание уделяется особенностям, преимуществам и мерам, которые используются для привлечения инвестиций в регионах.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционный климат, Москва, Новосибирская область, основной капитал, торговля

This article provides a comparative analysis of the Novosibirsk region and the city of Moscow in terms of investment attractiveness. The purpose of the work is to study the factors influencing differences in the formation of the investment climate of subjects. To do this, the main competitive advantages of each entity are analyzed, and the dynamics of investment in fixed capital over a certain period is examined. Particular attention is paid to the features, advantages and measures that are used to attract investment in the regions.

Keywords: investments, investment climate, Moscow, Novosibirsk region, fixed capital, trade

Регионы Российской Федерации многообразны по своим природным, экономическим и социальным ресурсам, что определяет территории их развития в рамках общего социально-экономического развития страны в целом. Определяющим фактором развития регионов являются объемы инвестирования.

Инвестиции являются важной составляющей в развитии любого экономического субъекта – от предприятия до региона и страны в целом, поскольку именно за счет инвестиций в основной капитал осуществляется обновление и расширение основных фондов, что способствует результативности и эффективности деятельности в долгосрочной перспективе.

Основной капитал – денежные потоки, которые вложены в основные фонды. Они изменяют свою вещественную форму проходя ряд последовательных и взаимосвязанных между собой стадий:

- Инвестирование в реальные активы (сооружения, здания, оборудование, машины и прочие), а не в финансовые (акции, облигации). Производство товаров и потребление ресурсов.

- Производство товаров и потребление ресурсов.

- Разработка стратегии их реализации.

- Постепенное перенесение стоимости труда по мере морального и физического износа на производственный продукт.

Инвестиции в основной капитал – совокупность затрат, направленных на строительство, реконструкцию (включая расширение и модернизацию) объектов, которые приводят к увеличению их первоначальной стоимости, приобретение машин, оборудования, транспортных средств, производственного и хозяйственного инвентаря, бухгалтерский учет которых

осуществляется в порядке, установленном для учета вложений во внеоборотные активы, инвестиции в объекты интеллектуальной собственности, культивируемые биологические ресурсы.

Торговля – значимый сегмент экономики страны, который быстро адаптируется к внешним изменениям. Именно поэтому пандемия COVID-19 и антироссийские санкции хотя и пошатнули его, но позволили быстро перейти к существенному восстановительному росту.

На уровне регионов и отдельных территорий страны важное значение имеет инвестиционный климат, который определяется наличием потенциала, в том числе природно-климатического, ресурсного, трудового и пр., что определяет уровень благоприятности конкретной территории для осуществления инвестиций в развитие того или иного направления, например, торговли.

Новосибирская область – регион с высокими промышленным и аграрным потенциалом, развитой системой науки и образования, постоянно растущим уровнем инвестиционной привлекательности [4].

Основными конкурентными преимуществами Новосибирской области являются диверсифицированная экономика, выгодное географическое положение, развитая транспортно-логическая инфраструктура, уникальный кадровый, научный и инновационный потенциал, а также эффективная региональная инвестиционная политика.

В Новосибирской области сформирован один из наиболее эффективных в России механизмов государственной поддержки инвестиционных проектов, реализуемых по 15 перспективным направлениям инвестиционной деятельности, в том числе: модернизация, расширение или создание производств инновационной продукции и услуг, новых материалов, технологий и т.п.

Благодаря поддержанию благоприятного инвестиционного климата в регионе с 2017 года фиксируется положительная динамика инвестиций в основной капитал. По итогам 2020 года объем инвестиций в основной капитал составил 264 млрд. рублей по основным видам деятельности. Новосибирская область в 2023 году стала лидером Сибирского федерального округа по индексу промышленного производства и достигла отметки в 106,3%, что превышает среднероссийский уровень. Оборот розничной торговли вырос на 10,6% по сравнению с 2022 годом и составил 894,1 млрд рублей, а оптовой – 2,4 трлн рублей, что на 106,6% выше результата за 2022 год [1].

Каждый из регионов России имеет свои особенности и преимущества привлечения инвестиций в основной капитал, например, Москва является одним из крупнейших мегаполисов мира и центром притяжения российских и иностранных инвестиций благодаря развитой инфраструктуре, высокому потребительскому потенциалу, а также столичному статусу – именно в Москве расположены головные офисы и представительства, ведущих

российских и международных компаний. На столицу России приходится порядка 15% всех инвестиций в основной капитал и около половины прямых иностранных инвестиций в страну. Город ведет системную работу по улучшению условий для бизнеса и инвестиций, совершенствуется инвестиционное законодательство. Результативность Москвы с точки зрения создания благоприятного инвестиционного климата и повышения инвестиционной привлекательности подтверждается российскими и международными рейтингами. В рейтинге состояния инвестиционного климата в субъектах РФ, столица два года подряд занимает первое место [3].

Результатом успешной работы для создания благоприятного инвестиционного климата в столице может свидетельствовать оборот розничной торговли в 2023 году, который составил 6,6 трлн рублей, увеличившись на 7,3% по сравнению с 2022 годом. Рост в сфере розничной торговли обеспечивал главным образом непродовольственный сектор. Его обороты увеличились на 16,7% в сопоставимых ценах и достигли почти 3,3 трлн рублей [5].

Непрерывная работа по улучшению инвестиционного климата в регионах способствуют привлечению инвестиций в том числе и в торговлю. В Новосибирской области за исследуемый период наблюдается положительная динамика инвестиций в основной капитал (рис. 1). С 2017 г. по 2020 г. они выросли с 5 694,8 млн рублей до 6 470,8 млн рублей, в 2020 году наблюдается их снижение на 1 089,5 млн рублей, а с 2021 г. начался непрерывный рост и уже в 2023 году достиг 9 319,8 млн рублей. Снижение инвестиций в основной капитал в такой вид деятельности как торговля, в 2020 году связано с началом пандемии COVID-19. Одним из основных факторов, повлиявших на торговлю, стало потребительское поведение, спрос на определенные группы товаров уменьшился. Некоторые предприятия находились на грани банкротства из-за сложности поставок, уменьшения спроса, и определенных введенных норм со стороны государства, поэтому их инвестиционная привлекательность снизилась, из-за чего и снизился сам объем поступающих инвестиций. Рост инвестиций в 2021 обоснован адаптацией бизнеса к пандемии, началось развитие маркетплейсов, различных доставок товаров на дом, в больших объемах стали инвестировать в эти новшества и товары для защиты здоровья.

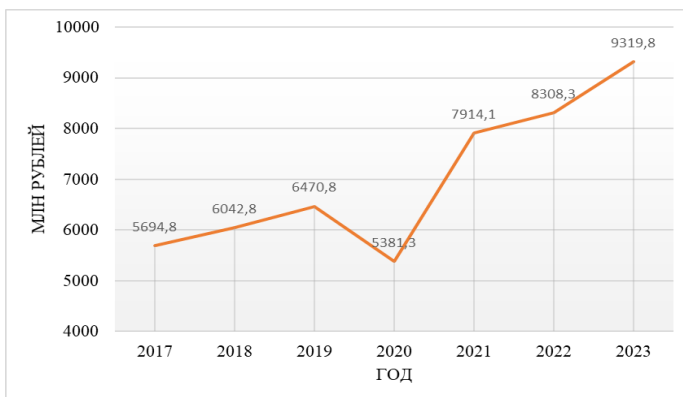


Рисунок 1 – Инвестиции в основной капитал торговли в Новосибирской области

В Москве (рисунок 2) наблюдается постепенный рост инвестиций, с 2017 г. по 2019 г. они выросли с 82 919,9 млн руб до 96 840,1 млн руб, далее в 2020 г. было небольшое снижение на 150,3 млн руб, а в 2021 г. произошло их резкое увеличение до 147 763,7 млн руб. Такой скачок связан с аналогичной причиной, как и в Новосибирской области, бизнес адаптировался к условиям пандемии, генерируя новые перспективные идеи на рынке торговли. В 2023 г. произошло снижение инвестиций до 96 899,9 млн руб, обусловлено это тем, что ряд зарубежных компаний сообщили о своём уходе. В настоящее время реальный сектор экономики адаптируется к новым условиям ведения бизнеса, выпустить больше товаров отечественного производства, налаживая импортозамещение.

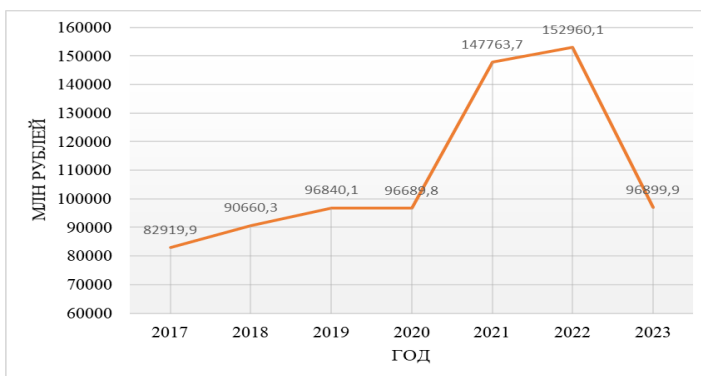


Рисунок 2 – Инвестиции в основной капитал торговли в г. Москва

Таким образом, большая территориальная протяженность России способствовала формированию разного уровня социально-экономического развития регионов страны, при этом сохраняется существенная дифференциация как между регионами, так и внутри них. Как следствие, уровень инвестиционной активности в регионах различается существенно [2].

Поскольку задача по повышению уровня экономического развития регионов страны и сглаживанию диспропорции не теряет своей актуальности, значимость формирования благоприятного инвестиционного климата и реализации мероприятий по обеспечению притока инвестиций остается высокой. Однако ухудшение общеэкономической ситуации в последние годы на фоне череды экономических кризисов и антироссийских санкций естественным образом отразилось на инвестиционной активности наших регионов, одновременно усложнив ситуация и открыв новые возможности для привлечения инвестиций. В Москве и Новосибирской области тенденция притока инвестиций наблюдается в положительном направлении. Но в Москве денежный объем инвестиции превышает Новосибирскую область в среднем в 10 раз. Это связано с тем, что Москва является городом федерального значения и столицей Российской Федерации с наибольшим количеством населения, а также здесь сосредоточены головные офисы крупнейших отечественных компаний, поэтому на Москву приходится наибольшая доля инвестиций в основной капитал по России.

Список литературы

1. В Новосибирской области за год на 10% вырос оборот розничной торговли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--80aarpemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/news/v-novosibirskoy-oblasti-za-god-na-10-vyros-oborot-rozничной-torgovli-> (дата обращения 19.03.2024).
2. Инвестиции в основной капитал как фактор развития территорий страны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/investitsii-v-osnovnoy-kapital-kak-faktor-razvitiya-territoriy-strany/viewer> (дата обращения 19.03.2024).
3. Инвестиционный потенциал города Москвы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mos.ru/dipp/function/gorodskoe-agentstvo-upravleniya-investiciyami/investicionnyi-potencial-moskvy/> (дата обращения 19.03.2024).
4. Об инвестиционной привлекательности Новосибирской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.mid.ru/ru/foreign_policy/economic_diplomacy/vnesneekonomiceskie-svazi-sub-ektov-rossijskoj-federacii/1451080/ (дата обращения 19.03.2024).
5. Оборот розничной торговли в Москве в 2023 году вырос более чем на 7% [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.interfax.ru/business/949177> (дата обращения 19.03.2024).

ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДОХОДОВ БЮДЖЕТОВ СУБЪЕКТОВ РФ: ДОХОДНАЯ СТАТЬЯ БЮДЖЕТА НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ НА 2023 ГОД И ПЛАНОВЫЙ ПЕРИОД 2024 И 2025 ГОДОВ

Е.Г. Пушенко, А.Д. Воронкова
Новосибирский государственный аграрный университет
isevasteeva@yandex.ru

В данной статье рассмотрены основные принципы формирования доходов бюджетов субъектов РФ, а также проанализирована доходная часть бюджета Новосибирской области и ее аспекты формирования.

Ключевые слова: бюджет, устойчивое развитие, регионы, принципы, формирование доходов

This article examines the basic principles of the formation of budget revenues of the constituent entities of the Russian Federation, and also analyzes the revenue side of the budget of the Novosibirsk region and its formation aspects.

Keywords: budget, sustainable development, regions, principles, income generation

Бюджетная политика государства имеет важное значение для экономического развития и регулируется Федеральными Законами о бюджетной политике и бюджетным кодексом. Бюджет ежегодно принимается на три года вперед, с последующей корректировкой по фактическому состоянию доходной части бюджета.

Основной задачей бюджетной политики является повышение благосостояния и улучшение качества жизни граждан посредством обеспечения устойчивых темпов роста экономики и расширения потенциала сбалансированного развития [2].

Необходимо отметить, что бюджеты формируются по четким правилам и принципам, информация по доходам и расходам создается на основе результатов формирования и исполнения региональных бюджетов. Принципы формирования доходов регионального бюджета являются основой для эффективной финансовой устойчивости и развития региона. Надлежащее планирование, разнообразие и устойчивость источников доходов играют ключевую роль в обеспечении потребностей населения, реализации социальных программ и поддержке экономического роста. В данной статье мы рассмотрим основные принципы формирования доходов регионального бюджета и их значение для развития региональной экономики:

1. Учет экономического положения региона. Разные регионы имеют разный уровень развития и доходности населения, поэтому необходимо устанавливать разные ставки налогов и льготы для разных территорий. Это помогает компенсировать различия в экономических возможностях регионов

и обеспечивает более сбалансированное распределение финансовых ресурсов.

2. Принцип справедливой налоговой политики. Он подразумевает, что налоговая нагрузка должна быть равномерно распределена между населением и предпринимательским сообществом, с учетом их финансовой способности. Правильное сочетание налоговых ставок и налоговых льгот позволяет создать достаточные финансовые ресурсы для бюджета без дополнительного перегруза налоговой системы.

3. Принцип инновационного развития. Внедрение новых технологий, развитие научных исследований и привлечение инвестиций в инновационные проекты позволяют генерировать дополнительные доходы. Регионы, активно развивающиеся в инновационной сфере, могут привлекать внешние инвестиции, создавать новые рабочие места и увеличивать налоговые поступления в бюджет.

4. Принцип привлечения государственных и внебюджетных средств. Для обеспечения устойчивого развития регионального бюджета необходимо привлекать государственные и внебюджетные средства. Государственные средства – это субсидии, гранты и другие формы финансовой поддержки, предоставляемые центральным правительством. Внебюджетные средства – это доходы от предоставления услуг, аренды имущества или продажи государственной собственности. Умелое использование этих ресурсов позволяет существенно увеличить доходы регионального бюджета.

5. Принцип устойчивости и прогнозируемости доходов. Регион должен стремиться к стабильности и надежности источников доходов, чтобы иметь возможность планировать свои расходы и разрабатывать долгосрочные стратегии развития.

6. Принцип социальной справедливости и приоритетности. Важно, чтобы региональный бюджет учитывал интересы и потребности населения. Региональные власти должны уделять особое внимание социальным программам и решению текущих социальных проблем. Это может включать финансирование образования, здравоохранения, жилищной политики, развития инфраструктуры и поддержку малого и среднего бизнеса.

7. Развитие налоговой базы. Развитие налоговой базы является еще одним принципом, важным для формирования доходов регионального бюджета. Это означает, что необходимо создавать условия для увеличения количества налогоплательщиков и расширения территории налогообложения. Например, путем привлечения инвестиций и развития предпринимательства. Это позволяет увеличить доходы, которые направляются на развитие региона и улучшение жизни его жителей.

8. Повышение эффективности сбора налогов. Эффективный сбор налогов — важный аспект формирования доходов регионального бюджета. Для этого необходимо создавать эффективную систему налогового учета, контроля и взимания налогов. Также важно осуществлять информационную

работу с населением и предпринимателями, чтобы они осознавали важность уплаты налогов и соблюдали свои обязанности [1].

Рассмотрим доходную статью бюджета Новосибирской области на 2023 год и плановый период 2024 и 2025 годов. Важной составляющей в основе формирования доходной статьи областного бюджета является учет его социально-экономического развития.

Приоритетными направлениями социально-экономического развития Новосибирской области на 2023 и плановый период 2024 и 2025 гг. являются:

1. Увеличение численности населения Новосибирской области
2. Создание условий для максимальной реализации трудового потенциала, обеспечения эффективной занятости граждан
3. Развитие конкурентного современного и качественного образования, обеспечение равных образовательных возможностей для граждан
4. Стимулирование развития комплексного жилищного строительства, формирования рынка доступного и комфортного жилья на территории Новосибирской области
5. Обеспечение населения доступной и качественной медицинской помощью
6. Создание условий для комфортной жизни отдельных категорий населения, нуждающихся в особой заботе государств, повышении эффективности мер социальной защиты
7. Обеспечение прорывного экономического развития на базе важнейших конкурентных преимуществ Новосибирской области: знаний, технологий, компетенций
8. Максимальная реализация экспортного потенциала Новосибирской области, совершенствование межрегиональных и внешнеэкономических связей [3].

Также необходимо учесть изменение макроэкономических показателей, поскольку реализация бюджетной политики в 2022 году характеризовалась принципиально новыми условиями, обусловленными обострением геополитических противоречий. В 2022 году были созданы нормативные основы для формирования обновленной конструкции «бюджетных правил», адаптированной к изменившимся условиям (Таблица 1).

**Таблица 1 – Изменения собственных доходов
областного бюджета в 2023 году**

Млн.руб.		
Изменение макроэкономических показателей прогноза СЭР НСО с учетом прогноза по РФ	+6 355,8	
Изменения, принятые на федеральном уровне:	+1 406,6	
Рост ставок и облагаемого объема реализации по акцизам на алкогольную продукцию	+672,5	
Рост ставок и нормативов по акцизам на нефтепродукты	+563,7	
Увеличение индекса-дефлятора для расчета стоимости патентов для иностранных граждан	+170,4	
Изменения, принятые на региональном уровне:		-644,4
Инвестиционный налоговый вычет для сферы телекоммуникаций (оценка Минцифры НСО)		-570,0
Льготы для IT-организаций по УСН и налогу на имущество организаций		-44,2
Льготы по налогу на имущество организаций, построенного по госпрограмме «Газификация»		-30,2
Изменения в конъюнктурных отраслях экономики:	+6 977,3	-5 469,4
Снижение объема реализации нефтепродуктов (прогноз Минэнерго РФ)		-1 046,
Изменение объемов добычи угля, волатильность курса рубля в 2022 гоу		-4 422,5
Рост маржинальности и восстановление банковского сектора	+5 904,2	
Увеличение налоговой отдачи от организаций-авиаперевозчиков	+552,6	
Увеличение налоговой отдачи секторов экономики за счет мер государственной поддержки	+520,5	
Итого:	+14 739,7	- 6 113,8
	+8 625,9	

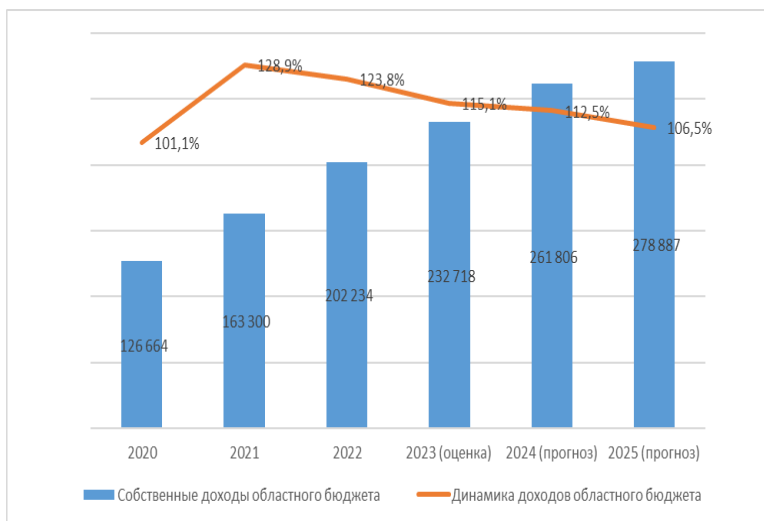


Рисунок 1 – Динамика собственных доходов бюджета Новосибирской области в 2020-2025 гг., млн.руб.

На основе рисунка 1 можно заметить, что динамика собственных доходов областного бюджета Новосибирской области имеет тенденцию к увеличению, в том числе и по прогнозам на 2024 и 2025 года, несмотря на некоторую сложность прогнозирования макроэкономических тенденций. [4]

Таким образом, главной целью бюджета Новосибирской области является развитие ее экономики темпами выше среднероссийских, однако есть риск постепенного становления бездотационным регионом и потери некоторых трансфертов из федерального бюджета для выравнивания экономических и социальных возможностей регионов, что является одним из принципов формирования доходов бюджетов субъектов РФ.

Таким образом, принципы формирования доходов регионального бюджета являются основой финансовой системы региона. Они способствуют стабильности, эффективности и устойчивому развитию региональной экономики. Взаимосвязь между принципами обеспечивает баланс между налоговыми поступлениями, инвестициями, внешними и внутренними источниками финансирования. Каждый принцип играет важную роль в формировании доходов регионального бюджета и должен быть учтен при разработке финансовых стратегий региона.

Список литературы

1. Единый портал бюджетной системы РФ/Принципы бюджетной системы [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://budget.gov.ru/%D0%91%D1%8E%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%82%D0%BD%D0%B0%D1%8F-%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0/%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%BD%D1%86%D0%B8%D0%BF%D1%8B-%D0%B1%D1%8E%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%82%D0%BD%D0%BE%D0%B9-%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D1%8B?regionId=45000000> (дата обращения: 24.04.2024).

2. Министерство Финансов Российской Федерации/Исполнение федерального бюджета и бюджетов бюджетной системы Российской Федерации за 2022 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://minfin.gov.ru/common/upload/library/2023/08/main/Иллюстрированное_издание_за_2022_год.pdf (дата обращения: 29.04.2024).

3. Новосибирь /Правительство Новосибирской области / О прогнозе социально-экономического развития Новосибирской области на 2023 год и плановый период 2024 и 2025 годов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nso.ru/npa/55453?ysclid=lp1tsvgolt407896125> (дата обращения: 13.04.2024).

4. Открытый бюджет Новосибирской области/Бюджет для граждан к проекту закона «О бюджете Новосибирской области на 2023 год и плановый период 2024 и 2025 годов» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://openbudget.mfnso.ru/budget-dlya-grazhdans/zakon-ob-oblastnom-byudzhete/2023-god/byudzhete-dlya-grazhdan-k-proektu-zakona-o-byudzhete-novosibirskoj-oblasti-na-2023-god-i-planovyy-period-2024-i-2025-godov> (дата обращения: 23.04.2024).

УРОВЕНЬ ЦИФРОВИЗАЦИИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

В.Е. Степаненко
Новосибирский государственный аграрный университет
t-afanasieva@mail.ru

Статья посвящена актуальной теме – изучение уровня развития цифровизации сельского хозяйства в России и США. Для этого даны определения понятию цифровизации сельского хозяйства и точного земледелия. Также изучены цели новой стратегии развития агропромышленного и рыбохозяйственного комплексов РФ до 2030 года, рассмотрены направления, развивающиеся министерством сельского хозяйства США и изучены основные показатели. Помимо этого,

рассмотрены возможные действия для эффективного развития цифровизации с учетом опыта других стран

Ключевые слова: агропромышленный комплекс, цифровизация, точное земледелие, зарубежный опыт, отечественный опыт, развитие

The article is devoted to a current topic - studying the level of development of digitalization of agriculture in Russia and the USA. For this purpose, definitions are given to the concept of digitalization of agriculture and precision agriculture. The goals of the new strategy for the development of the agro-industrial and fishery complexes of the Russian Federation until 2030 were also studied, the directions being developed by the US Department of Agriculture were examined and the main indicators were studied. In addition, possible actions for the effective development of digitalization are considered, taking into account the experience of other countries.

Keywords: agro-industrial complex, digitalization, precision farming, foreign experience, domestic experience, development

В последние годы во многих развитых странах активно внедряются различные цифровые технологии, такие как всевозможные дроны, датчики, системы мониторинга и управления, аналитика данных и различные другие инновации

В России также наблюдается рост интереса к цифровизации сельского хозяйства, но, к сожалению, процесс идет не так быстро в связи с недостаточной инфраструктурой, отсутствием доступа к современным технологиям и прочим.

В свою очередь, цифровизация сельского хозяйства в России представляет из себя процесс, подразумевающий под собой использование цифровых технологий для повышения эффективности производства и обеспечения продовольственной безопасности

В сентябре 2022 года Правительство Российской Федерации утвердило Стратегию развития агропромышленного и рыбохозяйственного комплексов до 2030 года.

Целями новой Стратегии являются:

- Сохранение сельского населения.
- Рост научно-технологического уровня АПК благодаря развитию селекции и генетики.
- Увеличение физического объема инвестиций в агропромышленном комплексе.
- Рост объема экспорта продукции АПК.
- Обеспечение продовольственной безопасности.
- Эффективное вовлечение в оборот земель сельскохозяйственного назначения.
- Цифровая трансформация АПК [1].

Сейчас по данным Министерства сельского хозяйства РФ, Россия занимает 15 место среди стран по уровню цифровизации сельского хозяйства. Одними из самыми развитых стран по уровню цифровизации сельского хозяйства входят такие страны как США, Германия, а также Нидерланды. В перечисленных странах активно инвестируют в цифровые технологии для сельского хозяйства и стремятся к созданию устойчивых и эффективных систем производства путем использования современных инноваций

Таким образом, Россия активно движется в направлении цифровизации сельского хозяйства, начиная с 2000-х при появлении первых программных продуктов и систем, предназначенных для автоматизации учета, планирования производства, мониторинга полей и других задач в АПК

В России в настоящее время около 10% сельскохозяйственных производителей используют «точное земледелие», подразумевающее под собой подход, основанный на использовании современных информационных технологий и геопространственных данных для оптимизации процессов в сельском хозяйстве. В то же время такие же показатели достигают 60% в США и большинстве стран Европейского союза. При этом в 2010-2018 гг. произошло увеличение объема затрат на исследования и развитие, связанных с внедрением процесса цифровизации в АПК РФ на 90,1% (с 9,1 до 17,3 млрд руб.), что, однако, в 60 раз ниже, чем в США за тот же период [2].

Говоря подробнее о США, Страна стабильно занимает лидирующие позиции в международных рейтингах цифровизации по различным направлениям, например в глобальном сетевом индексе США в 2024 г. заняла первое место [3].

В США уровень внедрения цифровых технологий в сельское хозяйство оценивается в 30-50%, причем на крупных фермах эта доля примерно в два раза выше, чем на мелких. В России же 20-25 процентов достигает уровень внедрения цифровых технологий в сельское хозяйство. Степень использования методов точного земледелия в активных сельскохозяйственных районах в США, в свою очередь, достигает 60-80% [4].

Сейчас Минсельхоз США поощряет перспективные разработки робототехники и электронных приложений для улучшения систем сельскохозяйственного производства. Прежде всего усилия направлены:

— на защиту сельского хозяйства путем предупреждения распространения сельскохозяйственных вредителей и инфекционных агентов;

— совершенствование планирования охраны природы с помощью научно-обоснованных инструментов и информации;

— обеспечение устойчивых, здоровых и продуктивных земель и водосборных бассейнов;

— снижение риска лесных пожаров [5].

Таким образом, цифровизация сельского хозяйства в России продолжает активно развиваться, анализируя опыт других стран и внедряя новейшие технологии и инновации для повышения эффективности производства и конкурентоспособности отечественного аграрного сектора.

Следует отметить, что применение цифровых технологий в сельском хозяйстве способствует повышению эффективности сельскохозяйственного производства посредством принятия рациональных решений на основе анализа больших данных, а также повышению результативности государственного регулирования поддержки сельского хозяйства, в том числе для обеспечения прозрачности рынков и производственно-сбытовых цепочек.

Государственные программы поддержки цифровизации сельского хозяйства также способствуют развитию этого направления. Например, в рамках национального проекта "Цифровая экономика" предусмотрены меры по созданию цифровой инфраструктуры для аграрного сектора, обучению специалистов и финансовой поддержке цифровых проектов.

Для наилучшего развития цифровизации сельского хозяйства необходимо:

1. Развивать информационные системы для предоставления сельскохозяйственным товаропроизводителям мер государственной поддержки сельского хозяйства, в том числе посредством развития электронных алгоритмов оценки соответствия заявителя требованиям для получения субсидий, обеспечения электронного обмена данными между государственными базами данных для автоматической верификации предоставляемых заявителем документов и снижения административной нагрузки на уполномоченные органы государства.

2. Развивать инструменты поддержки разработки цифровых решений по повышению экономической эффективности и конкурентоспособности сельскохозяйственного производства посредством реализации грантовой поддержки в рамках специальных акселерационных программ для цифровых стартапов, имеющих перспективу внедрения в агропромышленном комплексе; применения междисциплинарного подхода к реализации государственных научно-технических программ с привлечением к работе специалистов в области программирования для изучения перспектив цифровизации разрабатываемых технологий (решений) для сельского хозяйства, что упростит последующее «тиражирование» таких проектов.

3. Оказывать поддержку в повышении «цифровой грамотности» среди сельского населения. Например, в Польше оказывается поддержка в приобретении персонального компьютера для детей из фермерских семей, доходы которых не превышают установленный лимит. В США поддерживаются программы дистанционного обучения. Развивая подобные меры государственной поддержки, государства осуществляют долгосрочную инвестицию по развитию сельских территорий с последовательным внедрением «цифры» в сельскую местность.

4. Расширять зоны покрытия интернет-сети в сельских территориях. Так, например, в Германии продолжается развитие мер поддержки, направленных на создание местных сетей, адаптированных под потребности фермеров, основанных на высокопроизводительных частотах и предоставляемых за небольшую плату

5. Усовершенствовать систему подготовки кадров с помощью обучения и совершенствования навыков. В Польше, например, осуществляется поддержка с помощью предоставления финансовой помощи компетентным организациям, имеющим право осуществлять образовательную или консультирующую деятельность

6. Поддерживать приобретение необходимой техники для научных исследований. Так, например, в европейском союзе фонд поддержки регионального развития используют всевозможные инструменты поддержки. Инструментами поддержки чаще всего выступают инвестиции в инфраструктуру и оборудование, необходимое для прикладных исследований

7. Поддерживать научно-прикладные исследования по развитию цифровизации в АПК с помощью создания институциональных организаций, решающих вопросы инноваций в АПК. Например, в США функционирует Национальный институт продовольствия и сельского хозяйства (NIFA), целью которого является объединение всех сельскохозяйственных исследований, финансируемых из федерального бюджета. [6].

Подводя итоги о развитии цифровизации сельского хозяйства в России и других странах, можно сказать, что каждая страна все также продолжает активно внедрять современные цифровые технологии в сельское хозяйство.

Таким образом, можно сказать, что как в России, так и в любой другой стране цифровизация сельского хозяйства играет важную роль в повышении эффективности производства, улучшении качества продукции и устойчивости отрасли к изменениям. Важно продолжать развивать этот процесс, адаптируя инновации к специфике каждой страны и учитывая потребности фермеров и общества в целом. В целом, в России существует огромный потенциал для развития цифровых технологий и улучшения доступа к ним. Обращая внимание на опыт других стран, важно продолжать инвестировать в цифровизацию сельского хозяйства для того, чтобы повысить производство и его эффективность.

Список литературы

1. Стратегия развития агропромышленного и рыбохозяйственного комплексов Российской Федерации на период до 2030 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 8 сентября 2022 г. – № 2567-р // Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/G3hzRyrGPbmFAFBFgmEhxTrec694MaHr.pdf> (дата обращения 08.05.2024).

2. Цифровое сельское хозяйство: преимущества, проблемы и уровень развития в странах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://agro.club/tpost/cy7fthu8j1-tsfirovoo-selskooe-hozyaistvo-preimusches> (дата обращения: 08.05.2024).
3. В России 10% хозяйств применяют точное земледелие [Электронный ресурс] // ГлавАгроном // Режим доступа: <https://glavagronom.ru/news/V-Rossii-10-hozyajstv-primenyaют-tochnoe-zemledelie> (дата обращения: 08.05.2024).
4. Рейтинг стран мира по индексу сетевой готовности [Электронный ресурс] // Гуманитарный портал // Режим доступа: <https://gtmarket.ru/ratings/networked-readiness-index> (дата обращения: 08.05.2024).
5. Развитие цифровизации сельского хозяйства в России и зарубежных странах // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2022. – №5.
6. Мишуров Н.П. Зарубежный опыт цифровизации сельского хозяйства: аналит. обзор. – М.: ФГБНУ «Росинформагротех». – 2022. – 224 с.
7. Афанасьева, Т. А. Цифровая трансформация регионального АПК / Т. А. Афанасьева, В. О. Савицкий // Теория и практика современной аграрной науки: Сборник VII национальной (всероссийской) научной конференции с международным участием, Новосибирск, 26 февраля 2024 года. – Новосибирск: ИЦ НГАУ «Золотой колос». – 2024. – С. 1060-1065.

АВТОРСКИЙ УКАЗАТЕЛЬ

- Бахман А.А., 10
Болотских А.С., 210
Болюбыш Д.А., 56
Борзенко А.К., 236
Борисюк А.Д., 56
Бутрина Е.В., 10
Вакуленко А.В., 6
Вертей В.Д., 16
Ветрова А.В., 51
Воронкова А.Д., 307
Гаврилова А.В., 79
Гермогенова Н.А., 195
Глотко А.В., 114
Голубев Ж.Ж., 166
Горбоконеико А.С., 83
Григорьева Е.А., 62
Громов С.Е., 272
Гуляева В.А., 200
Дамдинова Э.Б., 89
Димитрива Е.Н., 72, 120
Дудин С.А., 56
Дудина Т.Н., 142
Елтышев В.О., 27
Ермошенко С.А., 31
Зайцева Т.С., 204
Казакова О.А., 290
Калистратова А.О., 114
Калягина Е.И., 16
Капелюк С.Д., 21
Караваева Ю.А., 285
Карчагин Д.А., 210
Катковская К.В., 102, 133
Клецова Е.В., 126
Козлова Е.В., 216
Козлова М.Д., 267
Козлова А.Е., 98
Колоскова Н.В., 38
Кормильцева А.И., 51
Кочарян Н.А., 133
Кравцова С.Е., 10
Красавина Д.В., 190
Кругеева О.В., 262
Кузнецов С.А., 220
Кулешов С.А., 255, 258
Кулигина К.Б., 106
Кунгурцева Е.А., 277
Курюмова А.Ю., 66
Лабудина Ю.А., 45
Литвиненко А.Р., 102
Литвинов С.О., 150
Лищук Е.Н., 21
Логотов А.В., 226, 231
Лунегов Е.А., 21
Мажарова А.В., 120
Мишин К.И., 171
Монастырская Т.И., 210
Мулюкина Е.В., 236
Муратова Е.Н., 290
Мылова А.Д., 262
Никипелова А.И., 241
Новикова И.Я., 31
Огиенко А.Д., 155
Онал И.О., 272
Панкова В.О., 280
Парфенов Г.С., 296
Петров С.Ю., 21
Плотникова Т.В., 155
Полонец Л.А., 301
Пономарёв М.М., 6
Пукелова Т.А., 301
Пушенко Е.Г., 307
Ретивых С.П., 137
Рыльская А.С., 174
Саплакчян К.А., 51
Севастеева И.А., 296
Сейнек-оол А.А., 38
Скоров Н.А., 255
Скрябин Я.С., 290
Смирнова П.С., 246
Старикова А.Д., 166

Степаненко В.Е., 312
Суровцева В.А., 159
Тарабрина А.А., 178
Тимошенко Ю.В., 89
Токмагашев Д.А., 27
Томаева Х.Ш., 250
Туктамышев С.С., 72
Турбина Е.В., 93
Турчук С.Д., 258
Федянин В.И., 186
Харина К.В., 51

Хидирова Е.А., 142
Хмара А.А., 190
Хмелев А.В., 204, 236
Холмова Е.Г., 98
Храмцова О.О., 137
Чанкова А.А., 277
Черняк Д.Н., 159
Чирцова А.А., 126
Шадрина М.С., 16
Шестакова К.В., 106
Янголь В.Д., 102

**ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СИБИРИ
32 РЕГИОНАЛЬНАЯ НАУЧНАЯ СТУДЕНЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ**

**Часть 4
Сборник научных трудов**

Под редакцией Захаровой Е.В.

Подписано в печать 24.10.2024. Формат 60 × 84 1/16. Бумага офсетная.

Тираж 50 экз. Уч.-изд. л. 18,6. Печ. л. 20. Заказ № Р-03820.

Цена договорная

Отпечатано в типографии
Новосибирского государственного технического университета
630073, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 20